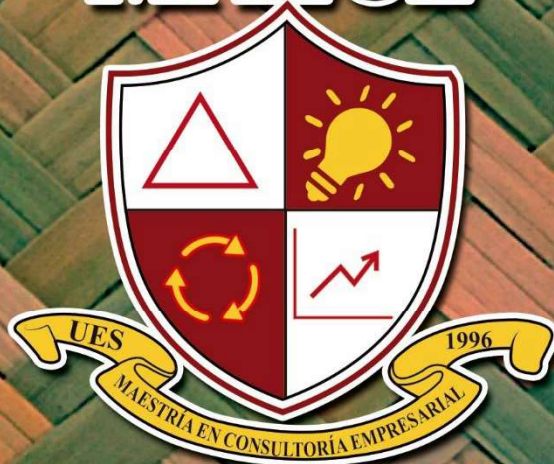




UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL (MAECE)

MAECE



**CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA
TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII EN EL MUNICIPIO
DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

CARLOS ERNESTO LÓPEZ LAZO
ROSARIO EVELYN PERDOMO ORELLANA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

MAESTRO(A) EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL

AGOSTO 2018

CIUDAD UNIVERSITARIA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL

MAECE



**CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA
TURÍSTICO CULTURAL *NÁHUAT-PIPI*L EN EL MUNICIPIO
DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**CARLOS ERNESTO LÓPEZ LAZO
ROSARIO EVELYN PERDOMO ORELLANA**

PARA OPTAR AL GRADO DE

MAESTRO(A) EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL

AGOSTO 2018

CIUDAD UNIVERSITARIA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL (MAECE)



CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA
TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII EN EL MUNICIPIO
DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

CARLOS ERNESTO LÓPEZ LAZO
ROSARIO EVELYN PERDOMO ORELLANA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

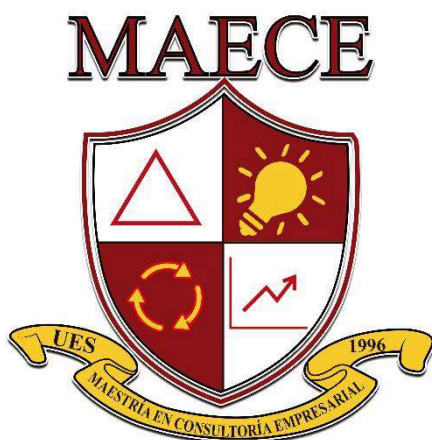
MAESTRO(A) EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL

AGOSTO 2018

CIUDAD UNIVERSITARIA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL (MAECE)



**CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA
TURÍSTICO CULTURAL *NÁHUAT-PIPI*L EN EL MUNICIPIO
DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

CARLOS ERNESTO LÓPEZ LAZO
ROSARIO EVELYN PERDOMO ORELLANA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

MAESTRO(A) EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL

AGOSTO 2018

CIUDAD UNIVERSITARIA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : LIC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO, MSc.

SECRETARIO GENERAL : LIC. CRISTOBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : LIC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ, MSc.

VICEDECANO : LIC. MARIO WILFREDO Crespín Elías, MSc.

SECRETARIA : LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO

ADMINISTRADOR ACADÉMICO : LIC. EDGAR ANTONIO MEDRANO MELÉNDEZ

ASESOR : LIC. JULIO CÉSAR VALLE VALDEZ, MSc.

TRIBUNAL EXAMINADOR : LIC. DIMAS DE JESÚS RAMÍREZ ALEMÁN, MSc.
(PRESIDENTE)

: ING. FELIPE ATILIO RIVAS RIVERA, MSc.

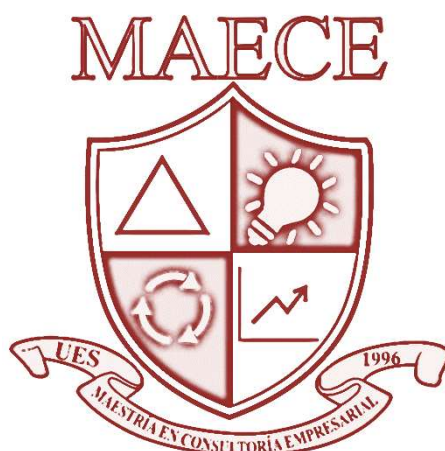
(PRIMER VOCAL)

: LIC. JULIO CÉSAR VALLE VALDEZ, MSc.
(SEGUNDO VOCAL)

AGOSTO 2018



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL



**CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA
TURÍSTICO CULTURAL *NÁHUAT-PIPI*L EN EL MUNICIPIO
DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.**

Presenta:

CARLOS ERNESTO LÓPEZ LAZO
ROSARIO EVELYN PERDOMO ORELLANA

Trabajo de Graduación en Maestría, como requisito para optar al título de:

MAESTRO(A) EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL

Director:

Dimas de Jesús Ramírez Alemán. MSc.

Asesor:

Julio César Valle Valdez. MSc.

San Salvador, El Salvador

Agosto 2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Carlos Ernesto López Lazo
Rosario Evelyn Perdomo Orellana

DECLARAN QUE:

El presente Trabajo de Graduación denominado: **CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPIL EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE**. Se ha desarrollado sobre la base de una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros; conforme a citas y pies de páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en lista de referencias bibliográficas y bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de la autoría de los maestrantes firmantes y de propiedad intelectual de la Maestría en Consultoría Empresarial (MAECE).

En virtud de esta declaración, los autores graduandos son responsables del contenido de ideas, doctrinas, herramientas y métodos utilizados, resultados de diagnóstico y propuesta, como su veracidad y alcance metodológico académico e investigativo de esta consultoría.

Ciudad Universitaria, San Salvador. Agosto de 2018.


Lic. Carlos Ernesto López Lazo, MAF


Ing. Rosario Evelyn Perdomo Orellana

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADUACIÓN
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

El Tribunal Examinador de la Maestría en Consultoría Empresarial (MAECE),
integrado por los abajo firmantes; *aprueba* el presente Trabajo de Graduación:

**CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA
TURÍSTICO CULTURAL *NÁHUAT-PIPI*L EN EL MUNICIPIO
DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.**

Presentado por:

Lic. Carlos Ernesto López Lazo, MAF
Ing. Rosario Evelyn Perdomo Orellana

Asesor:

Julio César Valle Valdez. MSc.

Aprobado por Tribunal Examinador MAECE

Dimas de Jesús Ramírez Alemán. MSc.

Director Presidente



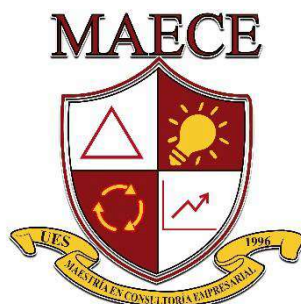
Felipe Atilio Rivas Rivera. MSc.

Primer Vocal

Julio César Valle Valdez. MSc.

Segundo Vocal

Ciudad Universitaria, Agosto de 2018




MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL

CERTIFICACIÓN

En calidad de miembros del Tribunal Examinador **CERTIFICAMOS QUE:** El presente Trabajo de Graduación denominado: **CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPIIL EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.** Previo a la obtención del grado de **MAESTRO(A) EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL;** ha sido elaborado por los maestrantes **Lic. Carlos Ernesto López Lazo, MAF** e **Ing. Rosario Evelyn Perdomo Orellana,** documento que cuenta con un proceso riguroso de revisión metodológica y académica; por tanto, se encuentra apto para su presentación.

Ciudad Universitaria, San Salvador. Agosto de 2018.


MSc. Dimas de Jesús Ramírez Alemán
Director MAECE




Primer Vocal: Felipe Atilio Rivas Rivera. MSc.


Segundo Vocal: Julio César Valle Valdez. MSc.

AGRADECIMIENTOS

Este espacio es reservado para reconocer, valorar y expresar créditos a todos aquellos que nos *arrimaron el hombro*, los agradecimientos son una memoria del corazón; que sin estos, este trabajo no sería una realidad ni estaría completo.

Agradecemos la compañía de *Dios*, en nuestras vidas y por ende en el camino de la elaboración de este trabajo de graduación, consientes que ha estado presente en todo momento; otorgándonos salud, oportunidades, paciencia, sabiduría y fuerzas; las cuales no provienen sino de una voluntad provista por él; gracias por tu bondad y fidelidad.

Gracias a nuestros padres, familiares, amigos, maestros y profesores por darnos: impulso, apoyo, sabiduría, palabras de aliento y sabios consejos, el compartir experiencias y sobre todo sacrificios de convivencia; nos sentimos honrados y agradecidos por ser parte de ustedes y por toda la colaboración a lo largo de este proyecto.

Extendemos este agradecimiento: *a las autoridades, representantes del sector artesanal y actores del Desarrollo Turístico de Nahuizalco*; gracias por el apoyo, colaboración y el arduo esfuerzo de acompañarnos en esta consultoría; que permite fortalecer la práctica turística de este histórico y cultural municipio. El turismo no es solamente conocer lugares, sino también personas; y en este proyecto académico hemos creado lazos de amistad; al convivir con gente cálida, armoniosa y luchadora, que nos hacen sentir cómodos y en confianza; como si fuésemos parte de esta tierra artesanal.

Agradecemos el apoyo entre ambos, compartiendo este pensamiento:

“Quieres llegar rápido ve solo. Si quieres llegar lejos ve acompañado.”

Proverbio Africano.

Carlos Ernesto López Lazo
Rosario Evelyn Perdomo Orellana

Agradecimiento especial a mis padres

A mi madre *Tránsito Orellana* por todo su apoyo, y a la memoria de mi padre José Amadeo Perdomo (*Q.D.D.G.*), gracias por ser un gran papá, porque siempre estuviste presente, apoyándome y me ayudaste en mi formación personal y profesional; fuiste ejemplo, un hombre que luchó para sacar adelante a su familia. Gracias *Papi*.

Rosario Evelyn Perdomo Orellana.

RECONOCIMIENTO

Es muy restrictivo calificar como *Maestro*, al profesional que posee y ostenta un grado de maestría especializado en determinada área del conocimiento; no obstante, al Maestro que nos referimos en este breve reconocimiento, se le acredita este distintivo, no solo por sus logros académicos; sino por el hecho de que su maestría, además de realizarla en un aula de posgrado, la practica con un cúmulo completo de conocimientos y experiencias, que lo convierten en un verdadero maestro por los siguientes atributos:

- Un hombre disciplinado, sencillo, sabio, obstinado, responsable, fiel al cumplimiento en el empeño de su trabajo y compromisos. *Valores que actualmente se extrañan.*
- Un profesional con vocación educadora, capacidad autodidacta, educación continua, autoridad moral y de amplia cultura universal.
- Una persona apasionada por su profesión y trabajo, evidenciado por su amplia trayectoria. Un ejemplo de influencia para nuevas generaciones.
- Como profesor en la Universidad de El Salvador, entre otras responsabilidades, ha formado profesionales en diferentes épocas y descendencias.
- Siempre destacado por su entrega a sus maestrantes profesionales, para quienes procura un mejor ambiente familiar, espiritual, social y académico.
- Su propósito es, hacia quienes le rodean, dotarlos además de conocimientos; de un sentido de responsabilidad profesional, espíritu de lucha y valores para la vida.
- Una persona con fortaleza emocional extraordinaria, tiene *la serenidad de quien ha vivido toda su vida y la energía de quien tiene toda una vida por vivir.*
- En su dicha de ser un maestro, siempre perfila la noble tarea de apoyo a sus alumnos; insistiéndoles y animándolos a ver la luz del saber con su peculiar frase: ¡*ÁNIMOS!*

Por las virtudes descritas, reconocemos y “*no cabe duda*”, que actúa como un verdadero maestro; desempeñando una de las tareas más sobresalientes en la formación de consultores empresariales para la sociedad salvadoreña.

Con todo respeto y admiración para el maestro:

Dimas de Jesús Ramírez Alemán

AJACHTU TAKETZALIS (RESUMEN EJECUTIVO)¹

Ne turismuj se tekitilis tamaka wey pal tikchiwat wan techmaka tumin nikan taltikpak. Se itekiw ma yajuni inte kipiaw wey, kipiaw an. Ne achtu itekiw ma kiyekti ne nemilis ipal ne tejtechan wan tukniwan. Ini industria, melka ne yejemet kiyawaluat ujuij wan muishnamikit, techneshtiat ka tiwelit tikyulmatit ka tinemisket yek tik ne shijshiwit witzet. Ne turismuj nesi iwan ne kulturaj, inhumeshtin sajsalijtuk ika musenhiskaliat wan sentakatit. Itech nesi ne turismuj ipal kulturaj u “turismuj tultiknaj” ne weya talul an sejsé shiwit. Ini tipoj turismuj weli kipata ken tipashaluat, ken tikmakat tutakil, kan tiktaliat ne turismuj wan ken tikilwitiat wan tikwit ne turismuj. Yajika kwak yajini walkisa, nepa *kan timuishnamikit* kan pashaluat tukniwan.

El Salvador ina ka ne turismuj weya ika kimaka ne economiaj wejwey tapual sejse shiwit 2017: *Tikpiat 5% ipal ne Producto Interno Bruto (PIB), tiwejweyat tik se tasaj ipal 10%, chipiuk 2 millones pashaluanimet pashaluat wan tikwit tumin chiupiuk \$1,5000 millones; tikmakat tukniwan intekiw ka 8%, ne kineki ina ka chiupiuk 50,000 tekit yawi melawak ka tukniwan wan 150,000 tik ne sector tesu informal.* Ne tatuktianimet ipal turismuj (MITUR) ina ini tajtapual ajsiket ne sea wejkapan an senpual majtakti shiwit. Ini techajkawat titejktu né kan kipiaw record ipal taltikpak wan muishnamikit ipanpa ne turismuj. Melka tikitat ini weya, tinemit pal tiyektiat: ma weya ukchiupi ne *Turismuj Tultiknaj*, se tekit kimaka ne chijchinamit nin chanej kan tekitit wan muiskaliat su né kan pashaluat sekit kitat ka ichijchinan kipiaw ipal ikulturaj.

Se ipal ne retoj pal tikyektiat ne economiaj tutalyu wan ichijchinan ma tikyektikana iweyalis. Se yektzin oportunidad pal ma tikajsihana né ijtik ne turismuj kujkultaj. Yajika, ini tatemualis muchiwa ijpak ne practica, turismuj tik Nawijtzalku wan kiishtemua ne uijkayu nemi tik ne *Sistemaj Turismuj ipal Kulturaj*, wan kiishpanultia se yek solucion. Ini consultoriaj ipal turismuj techajkawat tikitat ka ne kujkultaj tesu kenhat, kipalewia ne tay ipal ne chijchinamit ipa metzalimet wan kipalewia muchi yultuk. Iwan se enfoquej ipal desarrollo sostenible pal tikpalewiat ne ipal ikulturaj ipal ne *Nawataketzat wan ne nawataketzalis*, tikchiwat mecanisumuj ipal economiaj wan chinamit ne welit mutapachuat ma kiyekti ken nemit muchi tukniwan.

Ankakeski tatuktianimet kitat ne turismuj kulturaj wan kipiaw miak conflictos de interés. Ne pashaluani kita ken sesan. Ishpan yajini, nemi pal tiktepewat yejemet ma *sentekitikan* wan *kinentikan* ne interdependencias itzalan *turismuj* wan *kulturaj*. Pal tikchiwat yajuni, ini consultoriaj kishpanultia se modelo, pal ma chikawaya ne *Sistemaj Turismuj tik Nawijtzalku* ipanpa se simbiosis iwan estrategia, ka kichiwa ma muiskaliat ne *kulturaj nawat* wan ne *turismuj wan chinamit*, wan ka muilpia iwan ne *Linea Estrategica* iwan ipractica, turismuj. Ini kineshtia nemanha ka tiwelit tiketzat oportunidades inclusivas, kan weli muishnamikit, kan weli kishuluchua ne marginación wan pobrezaj, kiketza ne ajkewilis itech ne kojtantechan pal tikpalewiat wan tiktukat ne orgulloj ipal ikulturaj.

¹Se ha traducido a la lengua *Náhuat-Pipil*, con el propósito de invitar al lector; a cultivar, comprender, rescatar, conservar y potenciar esta lengua amenazada en desaparecer, propia de la identidad cultural salvadoreña y de las raíces indígenas de Nahuizalco. Agradecemos la traducción al maestro: Gary Steve Quintanilla. Experto en identidad cultural e idioma Náhuat. Miembro del “Colectivo Tzunhejekat”.

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo es una tarea de extraordinarias oportunidades y de prosperidad en el mundo, uno de sus mayores retos es disminuir la pobreza; sin embargo, su papel principal es mejorar la calidad de vida de los pueblos y sus habitantes. Esta industria, a pesar de su entorno cada vez más complejo y competitivo; revela una serie de factores e indicadores que confían y afirman un futuro prometedor en las próximas décadas. *El turismo* nace de la mano con *la cultura*, un binomio relacionado por sus obvias sinergias y desarrollo potencial, en donde el *turismo cultural* o “*Turismo Naranja*” está prosperando rápidamente en los últimos años. Esta tipología turística puede cambiar el concepto de viajar, producir, posicionar, promocionar y consumir *turismo*, por ello su relevancia se convierte en la próxima *arena competitiva* de los destinos turísticos.

El Salvador, le apuesta a este auge turístico, por ser uno de los actores protagonistas de su economía con importantes cifras anuales al cierre del 2017: *5% del Producto Interno Bruto (PIB), crecimiento sostenido a una tasa del 10%, desplazamiento de turistas que superan los dos millones, ingresos por más de \$1,500 millones; participación de empleo en 8%; que equivale a más de 50,000 empleos directos y 150,000 en el sector informal.* Estos datos divulgados por el Ministerio de Turismo (MITUR), son las cifras más altas alcanzadas en las últimas tres décadas. Estos avances han permitido escalar modestos puestos en el ranking mundial de competitividad turística; sin embargo, frente a este crecimiento prometedor existen aún oportunidades de mejoras, entre ellas el desarrollo del *Turismo Cultural*, actividad que contribuye a generar oportunidades *económicos-sociales* para las comunidades locales.

Uno de los retos para mejorar la economía del país y de sus pueblos, es mejorar su crecimiento, y una hermosa oportunidad para lograrlo está en el sector turístico cultural. En consecuencia, la presente investigación se desarrolla sobre la práctica turística de Nahuizalco, cuyo propósito es examinar de forma detallada y a fondo, los problemas que desafían su *Sistema Turístico Cultural*, y orientar la propuesta de solución con eficacia. Esta consultoría turística se convierte en una vitrina que integra las diferencias culturales, defiende los derechos comunitarios de pueblos indígenas y protege la biodiversidad; con un enfoque de desarrollo sostenible hacia la conservación de la identidad cultural *Náhuat-Pipil*, generando mecanismos económicos y sociales sustentables que mejoren la calidad de vida de todos sus habitantes.

El turismo cultural es percibido desde diferentes perspectivas por autoridades, agentes y actores *turísticos-culturales*, generando serios y diversos conflictos de intereses; sin embargo, el turista lo aprecia *como un todo*. Ante esta realidad, resulta necesario una labor integradora de *colaboración y gestión* de interdependencias entre *turismo y cultura*. Para ello, esta consultoría propone un modelo de fortalecimiento del *Sistema Turístico de Nahuizalco*, mediante una simbiosis estratégica que genera sinergias entre *la cultura Náhuat-Pipil, el turismo y la comunidad*, vinculándose con la *Línea Estratégica* de su práctica turística; demostrando en el corto plazo, capacidad de crear oportunidades inclusivas, competitividad, reducir la marginación y pobreza, frenar el éxodo rural, preservando y cultivando sentimiento de orgullo por su cultura.

ÍNDICE

AJACHTU TAKETZALIS (RESUMEN EJECUTIVO).....	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
ÍNDICE DE ANEXOS CAPITULARES.....	viii
ÍNDICE DE APÉNDICES CAPITULARES	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS.....	xii
EXPRESIONES LATINAS Y ABREVIATURAS	xii
SIGLAS, ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xiv
MAPA CONCEPTUAL DE LA CONSULTORÍA	xvi
CAPÍTULO I. MARCO REFERENCIAL.....	1
1.1 Introducción referencial	2
1.2 Breve descripción del municipio de Nahuizalco	3
1.2.1 Ubicación geográfica	3
1.2.2 Riqueza cultural, un patrimonio turístico con legado ancestral	4
1.3 La mirada etnográfica <i>Nahúat-Pipil de Carl Hartman</i>	6
1.4 Planteamiento del problema	7
1.4.1 Definición del problema	9
1.4.2 Esquematización del problema definido	9
1.5 Preguntas de Investigación	11
1.6 Justificación	11
1.7 Delimitación de la investigación	13
1.7.1 Cobertura teórica y conceptual.....	14
1.7.2 Cobertura temporal	14
1.7.3 Cobertura espacial	14
1.7.4 Cobertura económica (<i>presupuesto de consultoría</i>)	15
1.7.5 Cobertura cultural y académica.....	15
1.8 Objetivos	16
1.8.1 General.....	16
1.8.2 Específicos	16
1.9 Metodología.....	17
1.9.1 Formulación de hipótesis	17
1.9.2 Determinación de variables e indicadores.....	18
1.9.3 Diseño metodológico.....	19
1.10 Determinación de unidad de análisis, población y muestra.....	20
1.11 Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
1.12 Términos de Referencia (<i>TDRs</i>) de esta Consultoría	26
1.13 Dificultades y limitaciones de la Consultoría	27

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	28
2.1 La industria turística.....	29
2.2 Referencia introductoria del Turismo Cultural	31
2.3 Dificultad relacional entre el <i>turismo</i> y la <i>cultura</i>	32
2.3.1 Diferencias entre el sector turístico y el sector cultural.....	32
2.3.2 Afinidad entre el turismo y la cultura	35
2.4 Conceptos en evolución: <i>turismo</i> , <i>cultura</i> y <i>turismo cultural</i>	36
2.4.1 Definir turismo	36
2.4.2 Definir cultura	38
2.4.3 Definir turismo cultural.....	39
2.5 Cultura popular (<i>Etnografía</i>) de El Salvador	43
2.6 Impactos del turismo cultural	44
2.7 Sistema Turístico Cultural (<i>STC</i>)	46
2.8 La demanda del turismo cultural.....	49
2.8.1 <i>¿Quiénes son los turistas culturales?</i> Estudio de sus perfiles.	49
2.8.2 Previsiones y tendencias en torno a la demanda de turismo cultural.....	54
2.8.3 Los retos más inmediatos de la demanda cultural.....	57
2.9 Los recursos del turismo cultural	59
2.9.1 Factores condicionantes del potencial turístico de los recursos	61
2.9.2 Infraestructuras culturales.....	63
2.9.3 Eventos e iniciativas culturales.....	64
2.10 Productos del Turismo cultural	65
2.10.1 Naturaleza del producto turístico cultural.....	65
2.10.2 Del producto a la experiencia turística cultural	68
2.10.3 El destino como producto turístico cultural y su tipología.	69
2.10.4 Comercialización del turismo cultural	70
2.11 El uso turístico del patrimonio cultural.....	71
2.11.1 Bienes culturales de naturaleza inmueble	71
2.11.2 Expresiones del patrimonio cultural inmaterial	72
2.12 Los actores del turismo cultural.....	75
2.12.1 El ecosistema turístico cultural	75
2.12.2 Identificación de los principales <i>Stakeholders</i>	76
2.13 Mercado Turístico Cultural.....	80
2.13.1 Conformación del mercado turístico cultural: <i>tipologías de mercado</i>	81
2.13.2 Transformaciones en el mercado turístico cultural.....	84
2.14 Políticas públicas (<i>Gobernanza</i>) del turismo cultural.....	85
2.14.1 Políticas de turismo cultural.....	86
2.14.2 Cooperación y redes de actores	89
2.15 Sistema turístico cultural sostenible	91
2.16 Turismo Naranja: <i>Una forma diferente de apreciar el turismo cultural</i>	93
CAPÍTULO III DIAGNÓSTICO DE CONSULTORÍA (<i>TAISHMATILIS</i>)	96
3.1 INTRODUCCIÓN REFERENCIAL.....	97
3.1.1 Propósitos del Diagnóstico Turístico Cultural.....	99
3.1.2 Diagnóstico con enfoque en las <i>causas</i> y no en sus consecuencias.....	100

3.1.3	Metodología diagnóstica de consultoría. <i>Una analogía de la ciencia médica</i>	101
3.1.4	La Intervención de la Consultoría dentro de la Cultura <i>Náhuat-Pipil</i>	103
3.2	DISEÑO ESTRUCTURAL DEL DIAGNÓSTICO	105
3.3	DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA Y SOCIO-ECONÓMICA.....	106
3.3.1	Sonsonate y sus secretos turísticos culturales	106
3.3.2	Breve descripción y ubicación geográfica de Nahuizalco	107
3.3.3	Nahuizalco en el <i>SIGMuni</i>	109
3.3.4	Caracterización del entorno <i>socio-económico</i> de Nahuizalco.....	113
3.3.5	Tejido productivo y empresarial de Nahuizalco.....	114
3.3.6	Riqueza cultural, un patrimonio turístico con legado ancestral	119
3.3.7	Nahuizalco, dentro del mapa de violencia nacional.....	121
3.4	DIAGNÓSTICO INTERNO del <i>STC</i> de Nahuizalco	123
3.4.1	Nahuizalco y su dificultad relacional entre el turismo y la cultura	124
3.4.2	Impactos del Turismo Cultural en el municipio	126
3.4.3	Análisis del <i>Sistema Turístico Cultural</i> (STC) de Nahuizalco	128
3.4.4	Análisis de la demanda turística cultural <i>Náhuat-Pipil</i>	130
3.4.5	Competitividad turística cultural de Nahuizalco.....	133
3.4.6	Marca Municipio <i>Náhuat-Pipil</i>	134
3.4.7	Determinantes de la Oferta Turística Cultural de Nahuizalco	137
3.4.8	Políticas Públicas (<i>Gobernanza</i>) del turismo cultural	139
3.4.9	Análisis de causas del Sistema Turístico Cultural <i>Náhuat-Pipil</i>	146
3.4.10	Fortalezas y Debilidades del análisis turístico de Nahuizalco	148
3.4.11	Matriz de Evaluación de los Factores Internos (<i>MEFI</i>)	149
3.5	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO EXTERNO (<i>Metodología-PESTT</i>)	150
3.5.1	Análisis del Entorno Turístico Cultural	155
3.5.2	Matriz PESTT del entorno del STC de Nahuizalco	156
3.5.3	Análisis del perfil del entorno Turístico Cultural (<i>Modelo PESTT</i>)	157
3.5.4	<i>Oportunidades y Amenazas</i> del entorno turístico de Nahuizalco	158
3.5.5	Matriz de Evaluación de los Factores del Entorno (<i>MEFE</i>)	159
3.6	ANÁLISIS Y ELECCIÓN DE ESTRATEGIAS TURÍSTICAS.....	160
3.6.1	Matriz de Perfil Competitivo Turístico de Nahuizalco (<i>MPCT</i>)	161
3.6.2	Análisis FODA turístico cultural de Nahuizalco	163
3.6.3	Posición Estratégica y Evaluación de Acción Turística (<i>PEEAT</i>).....	167
3.6.4	Análisis de Brecha (<i>GAP</i>) del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco	170
3.7	Respuestas o refutaciones a las hipótesis formuladas en la consultoría	172
3.8	INFORME DE DIAGNÓSTICO DE LA CONSULTORÍA.....	174
	CAPÍTULO IV. PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO TURÍSTICO	175
I.	GENERALIDADES DE CONSULTORÍA.....	181
II.	CONTEXTO INTRODUCTORIO	181
III.	PRESENTACIÓN	182
IV.	ANTECEDENTES	184
V.	JUSTIFICACIÓN	186

VI.	MARCO JURÍDICO Y TÉCNICO	187
1.	Marco Jurídico	187
2.	Documentación técnica en turismo cultural.....	189
3.	El turismo cultural dentro del Plan Nacional de Turismo.....	191
VII.	ALCANCE	192
VIII.	FUNDAMENTO FILOSÓFICO TURÍSTICO CULTURAL	192
1.	Declaración de Visión turística cultural de Nahuizalco	192
2.	Declaración de Misión de la actividad turística	193
3.	Principios de la práctica turística cultural	193
4.	Fundamentos éticos	194
IX.	OBJETIVOS DE PROPUESTA	195
1.	Objetivo General	195
2.	Objetivos Específicos.....	195
X.	LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS	196
1.	Sostenibilidad del turismo cultural <i>Náhuat-Pipil</i>	196
2.	Gestión del turismo cultural	196
3.	Investigación de mercados turísticos	196
4.	Diseño del producto turístico cultural	197
5.	Participación de las comunidades	197
6.	Formación del talento humano en turismo cultural.....	197
7.	Información del turismo cultural al turista y/o visitantes	197
8.	Mercadeo y promoción del turismo cultural.....	197
XI.	MARCO TEÓRICO.....	198
1.	Turismo cultural: <i>una oportunidad para el desarrollo de Nahuizalco</i>	198
2.	Cultura <i>Náhuat-Pipil</i> : identidad, diversidad y cambio	198
3.	Comunidad de Nahuizalco, turismo y desarrollo	199
4.	<i>¿Por qué fortalecer el turismo cultural en Nahuizalco?</i>	199
5.	Criterios y definiciones de la propuesta de consultoría	199
6.	Objetivos estratégicos en la formulación de Políticas Turísticas Culturales	201
XII.	MODELO DE FORTALECIMIENTO TURÍSTICO CULTURAL “SENTIKITILIS” ..	202
1.	Turismo Cultural Sostenible.	202
2.	Colaboración triangular: <i>turismo, cultura Náhuat-Pipil y comunidad</i>	203
3.	Propuesta turística cultural bajo el modelo de los tres círculos.....	206
4.	Consideraciones críticas para el éxito del modelo de fortalecimiento turístico	208
XIII.	ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO TURÍSTICO CULTURAL	210
1.	MARCO INTRODUCTORIO	210
2.	POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN <i>TURISMO-CULTURA</i>	212
2.1	Principios turísticos culturales	212
2.2	Código ético para el turismo cultural	214
2.3	Preceptos jurídicos nacionales de turismo y cultura	216
2.4	Nahuizalco y su dificultad relacional entre el <i>turismo y la cultura</i>	217
2.5	Organización de la actividad turística cultural de Nahuizalco (<i>Propuesta</i>)	221

2.6	Formación, capacitación y sensibilización en Turismo Cultural <i>Náhuat-Pipil</i>	222
3.	POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN <i>TURISMO-COMUNIDAD</i>	223
3.1	<i>¿Quiénes son los turistas culturales de Nahuizalco?</i> Estudio de su perfil.....	223
3.2	Propuesta de Modelo de competitividad turística cultural de Nahuizalco.....	227
4.	POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN <i>CULTURA-COMUNIDAD</i>	236
4.1	Identificación de las determinantes de la Oferta Turística Cultural de Nahuizalco.....	236
4.2	Nahuizalco un destino turístico de base cultural <i>Náhuat-Pipil</i>	238
4.3	Los recursos turísticos-culturales	241
4.4	Productos del Turismo Cultural de Nahuizalco	245
4.5	Mercado turístico cultural de Nahuizalco	249
4.6	El patrimonio cultural histórico como uso turístico.....	253
4.7	Los actores del turismo cultural de Nahuizalco.....	256
XIV.	SOSTENIBILIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS DEL TURISMO CULTURAL	260
1.	Planificación del desarrollo turístico cultural sostenible	261
2.	Principios del Turismo Cultural Sostenible de Nahuizalco	262
3.	Sostenibilidad del turismo cultural de Nahuizalco y los <i>ODS</i>	263
4.	Componentes que integran el turismo cultural sostenible de Nahuizalco.....	264
5.	Buenas prácticas para el turismo cultural sostenible.....	266
XV.	REFLEXIONES SOBRE LA PRÁCTICA TURÍSTICA DE NAHUIZALCO	267
1.	Patrimonio Cultural Inmaterial: <i>oportunidades turísticas para Nahuizalco</i>	267
2.	Estrategias para fortalecer el modelo propuesto “ <i>SENTIKITILIS</i> ”.....	269
3.	Sistema de políticas turísticas culturales.....	270
XVI.	FACTORES CLAVES PARA EL ÉXITO Y ASEGURAMIENTO	272
XVII.	PARTICIPANTES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA	273
XVIII.	RECONOCIMIENTO DE PROPUESTA POR PARTE DE NAHUIZALCO	273
XIX.	ANEXOS	276
	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	288
5.1	Conclusiones	288
5.2	Recomendaciones.....	292
	REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	298
	BIBLIOGRAFÍA	302
	ANEXOS	
	APÉNDICES	
	GLOSARIO BÁSICO EN TURISMO CULTURAL	
	FICHA DE REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	

ÍNDICE DE ANEXOS CAPITULARES

CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL
ANEXO 1. <i>Nahuizalco, cuna indígena con identidad cultural Náhuat-Pipil</i>
ANEXO 2. El legado etnográfico <i>Náhuat-Pipil</i> de Carl Hartman
ANEXO 3. “ <i>Ruta de Las Flores</i> ” (Sonsonate-Ahuachapán)
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL
ANEXO 4. Estudio del <i>Turismo y Cultura</i> por Organismos Internacionales
ANEXO 5. Perspectivas de la OMT ante la relación <i>turismo y cultura</i>
ANEXO 6. Cultura Popular (<i>Etnografía</i>) de El Salvador
ANEXO 7. <i>La cultura</i> en la conformación de los destinos turísticos
ANEXO 8. Turismo Cultural Sostenible
ANEXO 9. <i>Turismo Naranja</i> : una forma diferente de percibir el turismo cultural
CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO DE CONSULTORÍA
ANEXO 10. Nahuizalco, un destino turístico afectado por la violencia
ANEXO 11. Componentes del Sistema Turístico Cultural (<i>STC</i>) de Nahuizalco
ANEXO 12. Estudio de perfil para determinar la demanda turística real de Nahuizalco
ANEXO 13. Estudio de perfil para determinar la demanda turística potencial de Nahuizalco
ANEXO 14. Marca Municipio “NAHUIZALCO Tradiciones y Cultura que te encantarán”
ANEXO 15. <i>Entrevista Participativa</i> de CDT de Nahuizalco y análisis de resultados
ANEXO 16. <i>Entrevista Estructurada</i> al CCM de Nahuizalco y análisis de resultados
ANEXO 17. <i>Entrevista Estructurada</i> a las UPO de Nahuizalco y análisis de resultados
ANEXO 18. Autoridades y/o programas en materia turística nacional
ANEXO 19. Líneas Estratégicas del CCM de Nahuizalco

ÍNDICE DE APÉNDICES CAPITULARES

CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL
APÉNDICE 1. Términos de Referencia de Consultoría (<i>TDRs</i>)
CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO DE CONSULTORÍA
APÉNDICE 2. Diagnóstico externo del entorno turístico (<i>Metodología PESTT</i>)
APÉNDICE 3. Respuestas o refutaciones a hipótesis formuladas
APÉNDICE 4. Informe de Diagnóstico de Consultoría

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. <i>Ubicación geográfica del municipio de Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador</i>	3
Figura 2. <i>Mapa Turístico Cultural de la ciudad de Nahuizalco</i>	5
Figura 3. <i>Árbol de problemas del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	10
Figura 4. <i>Factores generales y elementos culturales de un destino turístico</i>	30
Figura 5. <i>Sector Turístico y Sector Cultural: dos realidades diferentes</i>	32
Figura 6. <i>Definición de cultura en un sentido amplio</i>	39
Figura 7. <i>Aspectos relevantes de la Cultura Popular Salvadoreña</i>	43
Figura 8. <i>Impactos del Turismo Cultural</i>	45
Figura 9. <i>Sistema Turístico Cultural (STC)</i>	46
Figura 10. <i>Componentes del Sistema Turístico Cultural</i>	47
Figura 11. <i>Actores interrelacionados del Ecosistema Turístico Cultural</i>	77
Figura 12. <i>Clasificación de recursos y atracciones turísticas (Atendiendo el tipo de recurso)</i>	78
Figura 13. <i>Segmentos específicos del turismo cultural</i>	83
Figura 14. <i>Diseño Estructural del Diagnóstico Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	105
Figura 15. <i>Ubicación geográfica del municipio de Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador</i>	108
Figura 16. <i>Mapa de El Salvador sobre la plataforma virtual SIGMuni.</i>	110
Figura 17. <i>Mapa geográfico del departamento de Sonsonate, El Salvador</i>	111
Figura 18. <i>Mapa geográfico del Municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate</i>	111
Figura 19. <i>Mapa Turístico de la ciudad de Nahuizalco</i>	119
Figura 20. <i>Los 10 municipios más violentos (mapa de violencia) El Salvador 2016</i>	122
Figura 21. <i>Diagnóstico de los Factores Internos del STC de Nahuizalco</i>	123
Figura 22. <i>Impactos del Turismo Cultural Náhuatl-Pipil en el municipio de Nahuizalco</i>	127
Figura 23. <i>Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	129
Figura 24. <i>Análisis de causas de la problemática del Sistema Turístico Cultural Náhuatl-Pipil</i>	147
Figura 25. <i>Segmentos del entorno externo del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	151
Figura 26. <i>Diagnóstico Turístico Externo de Nahuizalco (Metodología PESTT)</i>	154
Figura 27. <i>Representación gráfica de Diagnóstico del entorno del STC de Nahuizalco</i>	155
Figura 28. <i>Análisis del perfil del entorno del STC de Nahuizalco (Modelo PESTT)</i>	157
Figura 29. <i>Diagrama estructural del Diagnóstico FODA del STC de Nahuizalco</i>	163

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. <i>Inversión financiera estimada de la implementación de consultoría</i>	16
Tabla 2. <i>Determinación de variables e indicadores de la consultoría</i>	19
Tabla 3. <i>Afijación proporcional de la muestra de la demanda turística potencial</i>	23
Tabla 4. <i>Matriz integral de métodos, técnicas e instrumentos utilizados en la consultoría</i>	25
Tabla 5. <i>Diferentes perspectivas del turismo</i>	29
Tabla 6. <i>Atributos humanos del turismo</i>	30
Tabla 7. <i>Naturaleza y características de los sectores Turístico y Cultural</i>	33
Tabla 8. <i>Diferencias entre el Sector Cultural y el Sector Turístico</i>	34
Tabla 9. <i>Factores de afinidad entre el sector cultural y el sector turístico</i>	35
Tabla 10. <i>Teorías y conceptos del turismo por parte de múltiples disciplinas científicas</i>	36
Tabla 11. <i>Criterios en las que se fundamentan las definiciones de turismo</i>	37
Tabla 12. <i>Enfoques de las definiciones de cultura</i>	38
Tabla 13. <i>Propuesta de las definiciones de turismo cultural</i>	40
Tabla 14. <i>Definiciones del turismo cultural</i>	41
Tabla 15. <i>Tipos básicos de turismo cultural</i>	42
Tabla 16. <i>Breve descripción de los Componentes del Sistema Turístico Cultural</i>	48
Tabla 17. <i>Segmentación demanda turística cultural en razón de las motivaciones del turista</i>	51
Tabla 18. <i>Segmentación demanda turística cultural en razón de perfiles y criterios del turista</i>	52
Tabla 19. <i>Tendencias globales de cambio en el turismo cultural y su demanda</i>	55
Tabla 20. <i>Cambios en Demanda Turística Cultural</i>	56
Tabla 21. <i>Cuatro grandes tipos de recursos culturales</i>	59
Tabla 22. <i>Factores condicionantes del atractivo turístico de los recursos culturales</i>	62
Tabla 23. <i>Criterios y categorías de clasificación de los museos culturales</i>	64
Tabla 24. <i>Particularidades de los productos turísticos</i>	66
Tabla 25. <i>Tipologías de Producto Turísticos</i>	67
Tabla 26. <i>Tipologías de destinos turísticos culturales</i>	69
Tabla 27. <i>Cuatro grandes tipos de bienes culturales de naturaleza inmueble</i>	72
Tabla 28. <i>Ámbitos del Patrimonio Cultural Inmaterial</i>	73
Tabla 29. <i>Tradiciones consideradas como parte del patrimonio cultural inmaterial</i>	74
Tabla 30. <i>Descripción de habituales actores (Stakeholders) del Ecosistema Turístico Cultural</i>	79

Tabla 31. <i>Tipologías de mercados de turismo cultural</i>	83
Tabla 32. <i>Transformaciones del Mercado Turístico Cultural</i>	84
Tabla 33. <i>Objetivos presentes en planes, programas o acciones para el turismo cultural</i>	87
Tabla 34. <i>Indicadores de las condiciones del entorno que facilitan la política turística</i>	90
Tabla 35. <i>Metodología de Diagnóstico Turístico Cultural Náhuat-Pipil</i>	102
Tabla 36. <i>Situación poblacional, territorial y social del municipio de Nahuizalco (SIGMuni)</i>	112
Tabla 37. <i>Caracterización del entorno socio-económico del municipio de Nahuizalco</i>	113
Tabla 38. <i>Impactos del Turismo Cultural en el municipio de Nahuizalco</i>	126
Tabla 39. <i>Segmentación de la tipología de la demanda turística cultural de Nahuizalco</i>	131
Tabla 40. <i>Generalidades de la certificación literal de Marca Municipio de Nahuizalco</i>	136
Tabla 41. <i>Fortalezas y Debilidades (Análisis interno) del STC de Nahuizalco</i>	148
Tabla 42. <i>Matriz de Evaluación de Factores Internos Claves del STC de Nahuizalco (MEFI)</i>	149
Tabla 43. <i>Factores Externos PESTT del Sistema Turístico de Nahuizalco</i>	152
Tabla 44. <i>Dimensiones y variables utilizadas para el análisis del entorno PESTT</i>	153
Tabla 45. <i>Matriz PESTT del entorno del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	156
Tabla 46. <i>Oportunidades y Amenazas (Análisis del entorno) del STC de Nahuizalco</i>	158
Tabla 47. <i>Matriz de Evaluación de Factores Claves del entorno del STC de Nahuizalco (MEFE)</i>	159
Tabla 48. <i>Modelo analítico para formulación de estrategias turísticas</i>	160
Tabla 49. <i>Factores de Perfil Competitivo Turístico de Nahuizalco ante Ruta de Las Flores</i>	162
Tabla 50. <i>Factores claves y decisorios para análisis FODA del STC de Nahuizalco</i>	165
Tabla 51. <i>Matriz FODA Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	166
Tabla 52. <i>Lista de variables según las dimensiones internas y externas de la matriz PEEAT</i>	168
Tabla 53. <i>Matriz de PEEAT del Sistema Turístico de Nahuizalco</i>	169
Tabla 54. <i>Análisis de brechas (GAP) del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	171
Tabla 55. <i>Características de la metodología de investigación realizada en Nahuizalco</i>	173

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

	Pág.
Fotografía 1. <i>Vista aérea del corazón del casco urbano histórico de Nahuizalco.</i>	2
Fotografía 2. <i>Arco de Bienvenida de la entrada principal del municipio de Nahuizalco</i>	4
Fotografía 3. <i>Comercio de tule y petate por artesanas de origen indígena Náhuat-Pipil.</i>	6
Fotografía 4. <i>Centro histórico del casco urbano de la ciudad de Nahuizalco</i>	15
Fotografía 5. <i>Gestores del sector turístico y del sector cultural de Nahuizalco</i>	34
Fotografía 6. <i>Comerciantes en la dinámica del Tejido Productivo de Nahuizalco</i>	118
Fotografía 7. <i>Parque central de Nahuizalco y su plaza, corazón turístico de su casco urbano</i>	120
Fotografía 8. <i>Iglesia Colonial San Juan Bautista, pieza arqueológica del siglo XVII</i>	120
Fotografía 9. <i>Dificultad relacional entre Turismo y Cultura en el municipio de Nahuizalco</i>	125
Fotografía 10. <i>Instalaciones de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco</i>	145

EXPRESIONES LATINAS Y ABREVIATURAS²

Expresión Latina	Significado o equivalencia	Ejemplo
<i>Ibidem</i> (<i>ibid.</i>), (<i>idem</i> (<i>id.</i>))	Equivalen a " lo mismo ", el mismo autor y obra. • Se usa <i>Ibidem</i> cuando se cita repetidas veces a un mismo autor sin intercalar citas de otros. • Cuando la información se extrae de la misma página, ésta se elimina y se pone sólo la locución (<i>idem</i>). • <i>Ibid</i> , cuando se vuelve a citar al mismo autor dos o más páginas adelante.	Pulido Fernández, <i>Turismo Cultural</i> . p.26. <i>Ibid.</i> , p. 30.
<i>Op. cit.</i> (<i>opus citatum</i>)	Significa " obra citada ". Se emplea cuando se vuelve a mencionar un autor después de intercalar otras citas.	Ponterio Vitale, S. <i>Metodología en el turismo</i> , p.8; Ponterio Vitale, <i>op. cit.</i> , p. 9.
<i>Loc. cit.</i> (<i>locus citatus</i>)	Esta locución indica: texto o lugar citado , o locución citada. Se emplea cuando se repite una frase o párrafo ya mencionado.	Pulido Fernández, <i>loc. cit.</i> , cap. IV.
<i>Et al.</i> (<i>et alii</i> o <i>el alius</i>)	Significa " y otros ". Se utiliza generalmente para no señalar a todos los autores cuando la obra fue escrita por más de dos personas.	Pulido Fernández, <i>et al.</i> <i>Turismo Cultural</i> , p. 203.
<i>Cfr.</i> (<i>confere</i>)	Significa compare, consulte .	<i>cfr.</i> Ponterio Vitale, p. 55.
<i>Infra</i>	Abajo en párrafos o páginas siguientes.	<i>Infra</i> , p.75
<i>Supra</i>	Arriba en una página o párrafo anterior	<i>Supra</i> , p.50
<i>Vid.</i> (<i>videtur</i>)	Quiere decir véase; es decir, consulte tal obra. Puede utilizarse acompañada con las locuciones <i>infra</i> y <i>supra</i> o sola.	<i>Vid.</i> Pulido Fernández, capítulo segundo.
<i>Apud.</i>	Significa apoyado por, citado o basado en . Se utiliza para señalar que lo que dice un autor se encuentra apoyado por otro u otros autores.	Dato presentado por Manuel Vizcarra (<i>Alcalde de Atiquizaya</i>), <i>apud</i> , Periódico El Diario de Hoy, 22 de agosto de 2015, p. 40.

ABREVIATURAS UTILIZADAS

Capítulo	<i>cap.</i>	Sin fecha	<i>s.f.</i>	Página (Páginas)	<i>p. (pp.)</i>
Edición, Editores	<i>ed.</i>	Número	<i>núm.</i>	Volumen	<i>Vol.</i>

² En la redacción de este documento de consultoría, se requiere para su apropiada comprensión, una serie de indicaciones textuales para recurrir a ideas, información o referencias de otros autores para sustentar lo escrito.

SIGLAS, ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS³

Abreviatura	Significado o equivalencia
ADT	<i>Asociación de Desarrollo Turístico</i>
ATLAS	<i>Association for Tourism and Leisure Education (por sus siglas en Inglés)</i>
BCIE	<i>Banco Centroamericano de Integración Económica</i>
BIC	<i>Bienes de Interés Cultural</i>
BID	<i>Banco Interamericano de Desarrollo</i>
BM	<i>Banco Mundial</i>
CASATUR	<i>Cámara Salvadoreña de Turismo</i>
CCM	<i>Comité de Competitividad Municipal</i>
CCNIS	<i>Consejo Coordinador Nacional Indígena Salvadoreño</i>
CDMYPE	<i>Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa</i>
CDT	<i>Comité de Desarrollo Turístico</i>
CEDART	<i>Centro de Desarrollo Artesanal (CONAMYPE)</i>
CMEC	<i>Centros municipales de estudios culturales</i>
CONAMYPE	<i>Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (MINEC)</i>
CORSATUR	<i>Corporación Salvadoreña de Turismo</i>
CPO- Náhuat Pipil	<i>Consejo de Pueblos Originarios Náhuat Pipil.</i>
FEDECATUR	<i>Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica</i>
FISDL	<i>Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local</i>
FONDEPRO	<i>Fondo de Desarrollo Productivo (a través del MINEC)</i>
ICOMOS	<i>Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, también conocido como ICOMOS (sigla en inglés International Council on Monuments and Sites)</i>
ISTU	<i>Instituto Salvadoreño de Turismo</i>
ITB	<i>Junta de Turismo de Irlanda (Irish Tourist Board por sus siglas en inglés)</i>
JICA	<i>Agencia de Cooperación Internacional del Japón (por sus siglas en inglés)</i>
MDA-Nahuizalco	<i>Mesa de Desarrollo de Artesanos de Nahuizalco</i>
METUR	<i>Mesa de Turismo</i>
MITUR	<i>Ministerio de Turismo (El Salvador)</i>
OCDE	<i>Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico</i>
ODS	<i>Objetivos de Desarrollo Sostenible</i>
OMT	<i>Organización Mundial de Turismo (Sigla en inglés UNWTO)</i>
PFGL	<i>Proyecto de Fortalecimiento de Gobiernos Locales</i>
PNUD	<i>Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo</i>
POAC	<i>Plan Operativo Anual de Cultura de los municipios</i>
PQD 2014-2019	<i>Plan Quinquenal de Desarrollo El Salvador 2014-2019 (2015)</i>
SECULTURA	<i>Secretaría de Cultura de la Presidencia (actualmente Ministerio de Cultura)</i>
SIGMuni	<i>Sistema de Información de la Gestión Municipal</i>
STC	<i>Sistema Turístico Cultural</i>
UNESCO	<i>Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)</i>
UPO	<i>Unidades Productivas Ofertantes</i>
USAID	<i>Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo (Sigla en inglés)</i>

³ A lo largo de este proyecto de consultoría, se exponen las más utilizadas y de mayor importancia en significado.

INTRODUCCIÓN

Nahuizalco, es más que un destino turístico del departamento de Sonsonate, es un corazón *turístico-cultural* conocido como la *cuna artesanal del mimbres*; una tierra de laboriosos agricultores y artesanos de origen indígena *Náhuat-Pipil*. Este histórico municipio sufrió los estragos del *Levantamiento Campesino* de 1932, ocasionando el exterminio de la mayoría de su población y el forzoso abandono de su identidad cultural. Nahuizalco está considerado en el país como: una de las once comunidades indígenas, uno de los siete pueblos originarios, el principal de tres grupos étnicos, uno de los cinco principales destinos artesanales, el único con un mercado nocturno de gastronomía autóctona. Además, representa el corazón de la Ruta *Náhuat-Pipil* y es el portal de la *Ruta de Las Flores (segundo circuito turístico más importante)*. La práctica del turismo cultural, es para Nahuizalco un incentivo para el desarrollo local, actividad en auge que permite dinamizar las actividades tradicionales del municipio.

Esta consultoría encamina un trabajo que se enfoca principalmente en la causa raíz de la problemática del desaprovechamiento potencial del Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil*, cuya propuesta fundamenta un modelo de fortalecimiento que agrega un valor a la oferta turística de Nahuizalco, la que incluye ricas y diversas formas de tradiciones, costumbres y gastronomía autóctona que lo diferencian de otros destinos. Este documento se convierte para las autoridades *turísticas-culturales*, en un aporte valioso de acercamiento al desarrollo del turismo cultural de este municipio, facilitando la gestión diaria, la toma de decisiones y su gradual fortalecimiento. Su contenido está organizado de la siguiente manera:

El **CAPÍTULO I** denominado *Marco Referencial*, enmarca mediante un *diagnóstico preliminar*, el eje principal de la investigación. Este apartado plantea y define el problema por resolver de la práctica turística de Nahuizalco, preguntas y delimitaciones de la investigación, su justificación, objetivos y formulación de hipótesis. Además, contiene el diseño y herramientas metodológicas como: segmentos definidos de unidad de análisis, población y muestras; con sus indicadores y variables, los métodos, técnicas, fuentes e instrumentos para captar y analizar los datos obtenidos. Este capítulo fundamenta la base sobre la que las autoridades turísticas de este municipio, elaboran los Términos de Referencia (*TDRs*) de esta consultoría, en la que identifica y establece las condiciones en que se realizará y resolverá. Se concluye con algunas dificultades y limitaciones propias de este estudio.

El marco teórico de esta investigación se expone en el **CAPÍTULO II**, proveniente de una literatura relacionada y acreditada de fuentes académicamente dignas. Su contenido se confecciona en un estudio en *turismo cultural* con enfoque de sistema que refiere entre otras temáticas: perspectivas de la industria turística, la dificultad y afinidad relacional entre turismo y cultura, disertación de la demanda turística cultural, su competitividad y factores determinantes de su oferta (*Destino, recursos, productos, actores, mercado, gobernanza*), modelos de turismo sostenible, entre otros. Un claro marco teórico conceptual garantiza una investigación profunda por su propia naturaleza y un buen diagnóstico de consultoría.

El **CAPÍTULO III** presenta el *Diagnóstico de Consultoría*, segunda fase en su proceso, pero primera en su etapa operativa, con un alcance que supera la simple recopilación y análisis de datos. El objetivo de su análisis es examinar, definir y valorar detallada y rigurosamente de forma metodológica mediante herramientas estratégicas (*Diagnóstico interno y externo*); las dificultades actuales y tendencias, como oportunidades de mejora que desafían al Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco e incidencias de su práctica turística. Como tarea fundamental se orienta en sus causas fundamentales con la finalidad de descubrir los factores y las fuerzas que ocasionan la problemática, refutando hipótesis y justificando propuestas de fortalecimiento. Como síntesis, este capítulo termina con la emisión de un informe a nivel ejecutivo, que revela entre otras variables, el trabajo encaminado a su resolución; indicando que la misión de la consultoría continúa con la propuesta.

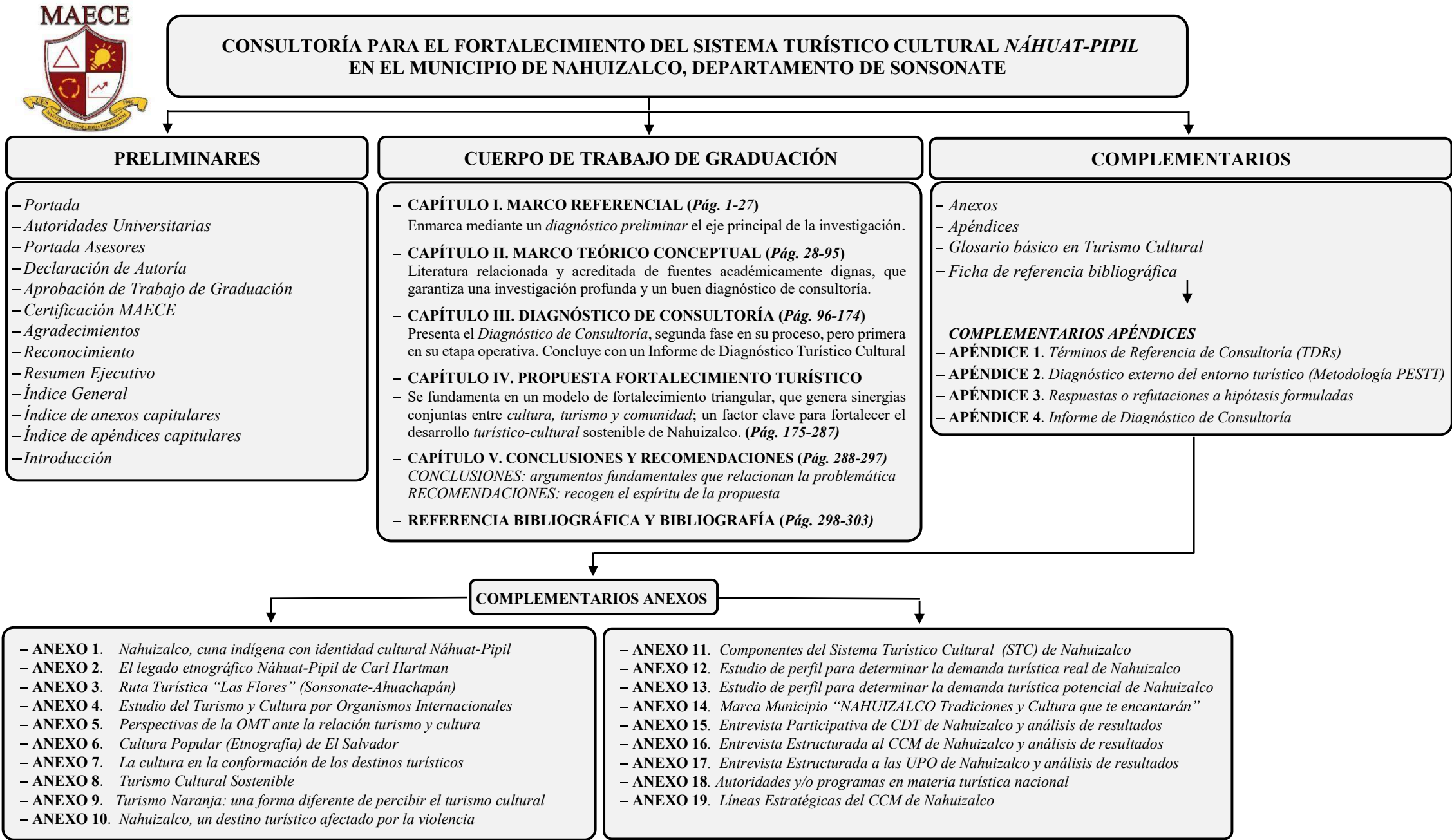
La propuesta de consultoría se enmarca en el **CAPÍTULO IV**, como un proyecto realizable mediante un documento técnico que se fundamenta en un modelo de fortalecimiento comunitario triangular, consistente en una simbiosis estratégica que genera sinergias conjuntas entre *la cultura, el turismo y la comunidad*; un factor clave para el desarrollo *turístico-cultural* sostenible de Nahuizalco. El centro de la propuesta agrupa un conjunto de políticas, estrategias, planes, acciones y medidas en turismo cultural que contribuye a que las autoridades de este municipio, fortalezcan el *Sistema Turístico Cultural*, con la que se aprovechen de forma competitivamente estratégica y sostenible el potencial de la cultura *Náhuat-Pipil*, que guía las actividades y experiencias de la población local y de sus visitantes; logrando con ello el beneficio y desarrollo *económico-social*, atenuando la pobreza y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Finalmente, El **CAPÍTULO V** enuncia en primer orden las **CONCLUSIONES**; argumentos importantes y fundamentales que relacionan la problemática del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, juntamente con los resultados y aportes obtenidos de esta Consultoría; las que responden a las interrogantes e hipótesis formuladas de la investigación. En seguida se presentan las **RECOMENDACIONES**, que recogen el espíritu de la propuesta, con aportes, estrategias y proyecciones orientadas a fortalecer la práctica turística cultural de Nahuizalco.

En la redacción de este documento, se ha realizado un importante esfuerzo de síntesis, para destacar los aspectos más significativos; sin embargo con la finalidad de documentar y ofrecer una visión más amplia de esta investigación, se integran un conjunto de anexos y apéndices, que permiten profundizar y disponer de herramientas para su análisis. Además, debido a su compleja naturaleza, se presenta un glosario que atesora un conjunto de conceptos, definiciones, nociones y concepciones para una mejor comprensión de esta fascinante consultoría.

Los consultores
Nahuizalco, Sonsonate. Agosto 2018

MAPA CONCEPTUAL DE LA CONSULTORÍA



CAPÍTULO I. MARCO REFERENCIAL

«Se techan muishmatijtuk tik ne tatal wan tik sejseuk ika kipiauk itrajtradicion, icojcostumbrej wan ne ikmanpanutuk, kipia miak tajtaya pal techmaka, kichijtiwit ne chanejket ipal ne sesan techan, iwal kwawit, iwal turuj wan ne ijish wan ne tejtektuk pal ne mil; ajwiyak ne takwal ipal, wan nusan kipia miak tajtatka pal tikchiwat turismoj. Tik ini techan, miak tejtepewa ipal takamet wan siwatket tekitit iwan ne ijimey, iwan tujturu, iwan turismoj, wan ne tanamakanit; sentekitit wan nejmach sentajtaketzat iwan ne kalpuli ipal ne techan pal kitat ken welit kichiwat pal kipiati se techan mas yektzin, pupujtuk, wan ma tesu mujmutikan, wan ma kipia muchi tay muneki pal mumatit yek ne ejekatchanejket wan ne pashaluanit wan pal kipia muchi tay munekit pal tekitit ne tatekimakanit, ne tuminwianit wan ne tekitinit»⁴.

VISIÓN DE NAHUIZALCO (*Traducido a Náhuat-Pipil*)

"Un municipio competitivo reconocido nacional e internacionalmente por conservar sus tradiciones, costumbres e historia, que ofrece gran variedad de productos artesanales, de carpintería, productos agrícolas y pecuarios, exquisitos platillos típicos y a la vez cuenta con atractivos recursos turísticos. En el territorio, los distintos sectores artesanales, agropecuario, comercio y turismo, trabajan organizados y dialogan abiertamente con el Gobierno Local para proponer ideas y realizar acciones que contribuyen al desarrollo económico local. Un municipio limpio, ordenado y seguro, que cuenta con infraestructura para atender a turistas y visitantes y que ofrece condiciones y apoyo para el desarrollo del sector empresarial, atracción de inversiones y fuentes de empleo".

VISIÓN DE NAHUIZALCO⁵

⁴ La visión de *Nahuizalco*, se ha traducido a la lengua *Náhuat-Pipil*, con el propósito de invitar al lector; a cultivar, comprender, rescatar, conservar y potenciar esta lengua amenazada en desaparecer, propia de la identidad cultural salvadoreña y de las raíces indígenas de este municipio. Agradecemos su traducción al maestro Carlos Ruiz, miembro *Náhuat-hablante* de la asociación *Colectivo Tzunhejekat* de Nahuizalco.

⁵ *Apud*: Comité de Competitividad Municipal (CCM) de Nahuizalco. Informe gestión (Octubre 2012-Enero 2015)

1.1 Introducción referencial

Esta consultoría se desarrolla al occidente de la República de El Salvador, específicamente en la ciudad (*casco urbano histórico*) de Nahuizalco⁶, municipio perteneciente al departamento de Sonsonate. Es un pueblo culturalmente turístico, ubicado entre cerros y coloridas montañas; pleno de historia, costumbres y leyendas. Esta cuna cultural *Náhuat-Pipil*⁷ está representada por: recursos naturales que imponen su belleza, infraestructuras arquitectónicas coloniales, laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbre para sus artesanías, pobladores fieles a sus costumbres religiosas y atención cálida con sus visitantes; que junto a sus *tradiciones y cultura*, hacen de Nahuizalco en un verdadero corazón turístico.



Fotografía I. Vista aérea del corazón del casco urbano histórico de Nahuizalco.

Panorámica de un pueblo culturalmente histórico, en el corazón de su casco urbano; se aprecia la Iglesia Colonial “San Juan Bautista”; en el horizonte se contemplan cerros y coloridas montañas, que hacen de Nahuizalco un destino turístico encantador. *Nahuizalco: Diciembre 2016. Fotografía Apud:*

<http://www.elsalvador.com/fotogalerias/noticias-fotogalerias/322019/nahuizalco-un-pueblo-indigena-sometido-por-las-pandillas/>

⁶ Es una palabra compuesta en dialecto *Náhuat* por formarse de las raíces: *Nahuit*: Cuatro, *Zarco*: Izalco; que significa “*Cuatro Izalcos*” o “*Los Cuatro Penitentes*”. Su origen es discutido por sus lugareños. Una primera versión: una crónica franciscana del 1586 confirma el nombre “*Porque tenía cuatro veces tantos indios como el pueblo grande de Izalco*”, una segunda versión popularmente más aceptada; un informe municipal de 1859 que manifiesta: “*Cuatro familias originarias de Izalco se situaron en un punto inmediato a Sonzacate*”.

⁷ Para propósitos de esta consultoría, el calificativo *Náhuat-Pipil*, hace referencia a la herencia cultural indígena y los valores ancestrales como: su lengua *Náhuat*, actividades culturales y religiosas, tradiciones, costumbres y su historia; que son propias de la cultura *Pipil*, un pueblo indígena que aún habita la zona occidental y central de El Salvador, y que a diferencia de otras variantes de esta cultura nativa. La palabra *Pipil* es un término *Náhuat* que proviene de *Pipiltzin* que significa *noble, señor o príncipe*, aunque también se deriva de *Pipiltoton*, que significa niño u hombrecito. El nombre fue dado por los *Tlaxcaltecas* y otros pueblos del mismo tronco lingüístico de México, ya que al escuchar el idioma *Pipil* les parecía un *Náhuat* mal pronunciado con acento de niño.

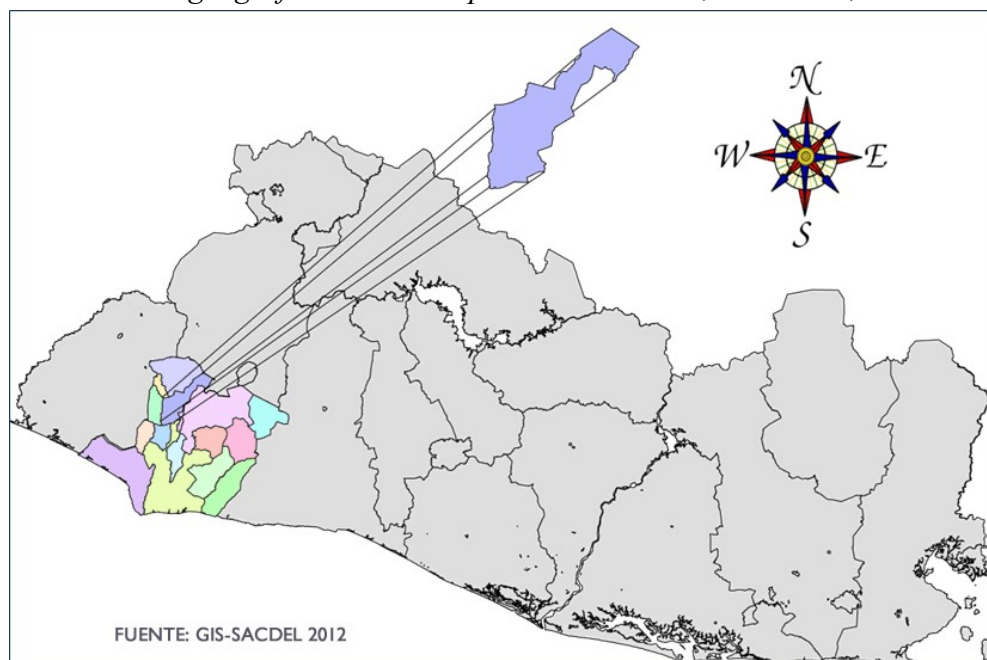
1.2 Breve descripción del municipio de Nahuizalco

Nahuizalco es considerado un municipio turísticamente cultural, se encuentra en el *corazón* del recorrido de dos principales rutas turísticas del país: “*Las Flores*” y “*Náhuat- Pipil*”, por ser uno de los más reconocidos y antiguos núcleos indígenas de El Salvador, además de ser una población de fuertes y profundas costumbres culturales y religiosas, en donde aún existen vestigios patentes de la cultura *Pipil* y de su habla el *Náhuat* (*Ver anexo 1*). Es un pueblo de origen prehispánico, fue habitado por *Pipiles*, y en la época colonial la región perteneció a la provincia de los Izalcos; recibió la credencial de Villa en el año de 1858 y el 15 de agosto de 1955; le fue otorgado el título de ciudad. Este histórico y patrimonial municipio sufrió los estragos del *Levantamiento Campesino* en 1932, ocasionando el exterminio de la mayoría de la población hablante del *Náhuat*, como el obligado abandono de su riqueza cultural.

1.2.1 Ubicación geográfica

Nahuizalco está ubicada en la falda sur de la cordillera *Apaneca-Ilamatepec*, perteneciente al departamento de Sonsonate; la ruta principal de llegada a este cultural destino turístico, es a través de la carretera panamericana CA-8, ubicado a 72 km. de San Salvador. (*Ver Figura 1*).

Figura 1. Ubicación geográfica del municipio de Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador.



Fuente: Apud. Alcaldía Municipal de Nahuizalco. (2015). *Información de Municipio: Ubicación geográfica*. Cfr: <http://www.alcaldianahuizalco.gob.sv/index.php/quienes-somos/informacion-del-municipio/ubicacion-geografica>

Nahuizalco es uno de los 16 municipios que integran el Departamento de Sonsonate. Limita al Norte con Chalchuapa (*Departamento de Santa Ana*), Salcoatitán y Juayúa; al Este, con Santa Ana (*del departamento del mismo nombre*), Izalco y Sonzacate; al Sur, con Sonsonate y San Antonio del Monte; y al Oeste, con Santa Catarina Masahuat. Este histórico y cultural municipio se encuentra a 7.4 kilómetros al Norte de la cabecera del departamento de Sonsonate y a 72 kilómetros de la Ciudad de San Salvador. Sus coordenadas geográficas son: 13° 51' 51" LN (*extremo septentrional*) y 13° 44' 13" LN (*extremo meridional*); 89° 37' 51" LWG (*extremo oriental*) y 89° 45' 36" LWG (*extremo occidental*).

1.2.2 Riqueza cultural, un patrimonio turístico con legado ancestral

Nahuizalco es una de las poblaciones indígenas y artesanales, con ricas tradiciones, historias culturales y religiosas, más arraigadas del país. Las festividades de carácter religiosos son diversas y variadas, la Semana Santa es un festejo muy marcado, sus fiestas patronales se celebran del 19 al 25 de Junio en honor a *San Juan Bautista*. También la herencia de sus lejanas costumbres y cultura indígena se proyecta principalmente por “*Los Historiantes*”, “*Las cofradías*”, “*Los Canchules*”, entre otras tradiciones. También presenta fuertes creencias mitológicas y prácticas de medicina tradicional.



Fotografía 2. Arco de Bienvenida de la entrada principal del municipio de Nahuizalco, Sonsonate.

Nahuizalco es conocido como el “*Portal de La Ruta de Las Flores*”, por ser el primer municipio de esta importante ruta turística, a la izquierda se observa la calle que conduce al departamento de Ahuachapán, y que sirve de circuito turístico. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: agosto 2016.*

1.3 La mirada etnográfica *Náhuat-Pipil* de Carl Hartman

Nahuizalco es un pueblo con una riqueza cultural indígena histórica que encanta a sus visitantes. Esto debió ser la razón por la que el investigador sueco *Carl Hartman*⁸, emprendió en este pueblo indígena *Náhuat-Pipil* en la década de 1890; su trabajo etnográfico⁹ (*lengua, características físicas, usos y costumbres, entre otros comportamientos*), sin darse cuenta de lo profundamente arraigadas que estaba su cultura, resultándole interesante y adecuado para su estudio. La mirada de este investigador no solamente fue técnicamente etnográfica si no la de un *turista cultural*, que se encantó del patrimonio cultural *Náhuat-Pipil*.

Esta cultura (*Náhuat-Pipil*) a la que se aferran sus pobladores indígenas, es una mezcla de elementos culturales ancestrales que describen sus diversas expresiones y manifestaciones que las hace únicos como identidad y que se generalizan en la cultura popular salvadoreña: algunos aún se conservan, otros tienden a rescatarse ante su pérdida y otros se han reinventado a través *de la memoria*, algunas de ellas evocadas por el trabajo etnográfico de Carl Hartman, quien comparte su experiencia y vivencias de esta cultura a través de sus fotografías; información valiosa que en la actualidad aviva a un pueblo como Nahuizalco que se reencuentra y repiensa a partir de sus productos culturales *Náhuat-Pipil*. (*Ver anexo 2*).



Fotografía 3. Comercio de tule y petate por vendedoras artesanas de origen indígena Náhuat-Pipil.

El Petate comercializado tradicionalmente por las calles urbanas de Nahuizalco, es una artesanía por excelencia que sustenta su principal *etnografía autóctona*, utensilio doméstico de origen ancestral por el pueblo *Náhuat-Pipil*; utilizado normalmente para descansar o dormir. *Nahuizalco: Diciembre 2016. Fotografía Apud:*

<http://www.elsalvador.com/fotogalerias/noticias-fotogalerias/322019/nahuizalco-un-pueblo-indigena-sometido-por-las-pandillas/>

⁸ **Carl Vilhelm Hartman** (Botánico, Etnógrafo y Arqueólogo Sueco), quién en los años de 1896 a 1899, realizó un estudio de campo etnográfico, arqueológico además culturales y mitológicos sobre la población *Pipil* de El Salvador. Siendo uno de los pocos investigadores que documentó sus observaciones con fotografías.

⁹ Del griego: *ethnos* (pueblo) y *grapho* (escribo); literalmente (*descripción del pueblo*) conocida también como ciencia o cultura del pueblo, un estudio sistemático de personas y culturas.

1.4 Planteamiento del problema

El Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco (*STC*), no es tan dinámico y creciente como en otros municipios vecinos participantes de la *Ruta de Las Flores* o de la más reciente *Ruta Náhuat-Pipil*. A pesar de contar con una ventaja competitiva artesanal, no es aprovechada por sus comerciantes, las autoridades municipales manifiestan su malestar y preocupación; ya que no se aprovechan infraestructuras recién remodeladas para fines turísticos como: *ferias, exposiciones culturales e históricas, clases de Náhuat y demás actividades*, que vuelvan atractivo el turismo, en lugar de ello la mayor parte del día se observa una plaza solitaria sin vistosidad turística. Otro factor, es la no coincidente convergencia comercial entre artesanos y el flujo de visitantes en horarios nocturnos, no se encuentran artesanías exclusivas a la venta ya que las principales tiendas se encuentran cerradas. Por este comportamiento es considerado por turistas y por la misma autoridad local, como un municipio “*turísticamente adormecido*”.

La actividad turística de Nahuizalco no cuenta con una organización formal, objetiva y estratégica, que juntamente con los actores de este escenario; planifiquen, coordinen y lideren. Actualmente, quien encabeza la práctica del turismo como línea estratégica en el municipio es una encomienda que jerárquicamente depende del *Comité de Competitividad Municipal (CCM)*, una instancia con alta dependencia de la municipalidad, aunque esté integrado por actores públicos y privados. Esta delegación turística de Nahuizalco fue juramentada recientemente en marzo de 2015 como *Comité de Desarrollo Turístico (CDT)*, junto a 21 municipios más; por parte de autoridades del Ministerio de Turismo en el marco del lanzamiento de *Pueblos Vivos*¹⁰.

Nahuizalco es uno de los más reconocidos y antiguos núcleos indígenas de El Salvador, en donde aún existen vestigios de la *cultura Pipil* y de su lengua el *Náhuat*, sin embargo se aprecia una creciente pérdida de esta lengua como de algunos valores, costumbres, y tradiciones ancestrales; en la que numerosos pobladores indígenas se avergüenzan de sus orígenes. Este abandono de su cultura, sitúa en riesgo todo un conjunto de herencias patrimoniales turísticas propias de este pueblo. La apuesta turística de la *Ruta Náhuat-Pipil*, es precisamente, la búsqueda, el rescate y la potencialización de estas herencias ancestrales.

¹⁰ *Apud*: Ministerio de Turismo de El Salvador (2015). Corporación Salvadoreña de Turismo. *Boletín Mensual de Actividades* (Marzo 2015). Pág. 14.

Nahuizalco, turísticamente se encuentra en el recorrido de dos principales rutas definidas, sin embargo no cuenta con una política turística organizada y reglamentada para su desarrollo, por ejemplo: no existe un kiosco de información turístico a la entrada del municipio, que oriente apropiadamente a sus visitantes y le acompañe de servicios públicos de turismo, existe un mapa del casco urbano, pero no señala por completo sus atractivos; también se carece de mapas turísticos culturales, que recorran riquezas arquitectónicas, artesanales y gastronómicas. En el tema operadores y guías turísticos, no se aprecia una coordinación apropiada entre ellos; trabajando de forma aislada con desorganizada y limitada formación; desconociendo en diversos casos aspectos históricos y culturales del municipio, por consecuencia se brinda información carente y equivocada a los turistas que siempre están mejor informados.

La oferta turística de Nahuizalco que se promueve es restringida y limitada, solamente se conocen el mercado nocturno y su iglesia colonial como principales atractivos, cuando este municipio cuenta con una amplia riqueza como *arquitectura* por su plaza e iglesia, *gastronomía* con sus típicos platillos tradicionales, una historia cultural y sus artesanías domésticas, que en conjunto como producto turístico, pueden potenciarse para incrementar la demanda, integrando el entorno cultural y patrimonial de la localidad, una concordancia con los modelos actuales del turismo. También carecen de una interconexión de oferta turística regional entre los municipios participantes de la Ruta ancestral *Náhuat- Pipil*, en donde cada destino promueve de forma integrada sus principales atractivos; como Nahuizalco con su particularidad artesanal, exponiendo el *petate*, como su principal producto turístico.

Nahuizalco promueve su oferta turística de boca a boca entre los lugareños, sus visitantes y familiares de éstos que residen fuera. Para los turistas es conocido que una de las debilidades que tiene este municipio es que no cuenta con hostales o casa de huéspedes que permitan más confortable el paseo, lo que ocasiona que se convierta en un lugar de paso, y no permite la incorporación de otros atractivos como el mercado nocturno y otros eventos. Esta realidad convierte a Nahuizalco en un desarrollo turístico latente, que no ha logrado potencializar la riqueza que posee: artesanal, historia y arquitectónica, como principales fortalezas en el ámbito del Sistema Turístico Cultural.

El Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, como la de cualquier otro destino turístico, es muy sensible y con alta dependencia de factores externos como: sociodemográficos, económicos, medioambientales, *político-culturales*, y tecnológicos. Ante esta coyuntura estructural del turismo, fortalecer su dinámica sosteniblemente en el largo plazo, presenta el reto de ampliar o proponer nuevos escenarios lejos de convencionalismos, y debe ser entendido la práctica turística como factor de desarrollo; como un medio y un fin en sí mismo. Este municipio *Pipil*, cuenta con la existencia de amplios espacios culturales apenas explorados turísticamente, nutridos de diversos recursos, que deben ser orientados hacia una revalorización de sus culturas tradicionales. La gran mayoría de sus visitantes que llegan a este hermoso destino, se retiran con una común percepción: “*Nahuizalco, es un gigante turístico cultural que aún no fortalece su riqueza histórica patrimonial*”.

1.4.1 Definición del problema

Para la realización adecuada de esta consultoría se requiere, efectuar una investigación para identificar factores (*internos y externos*), variables e indicadores, que influyen en la conformación del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, la interrelación de sus elementos con las costumbres, tradiciones ancestrales y otras modalidades propias de la cultura del municipio. De acuerdo al *diagnóstico preliminar* planteado, se formula el siguiente problema:

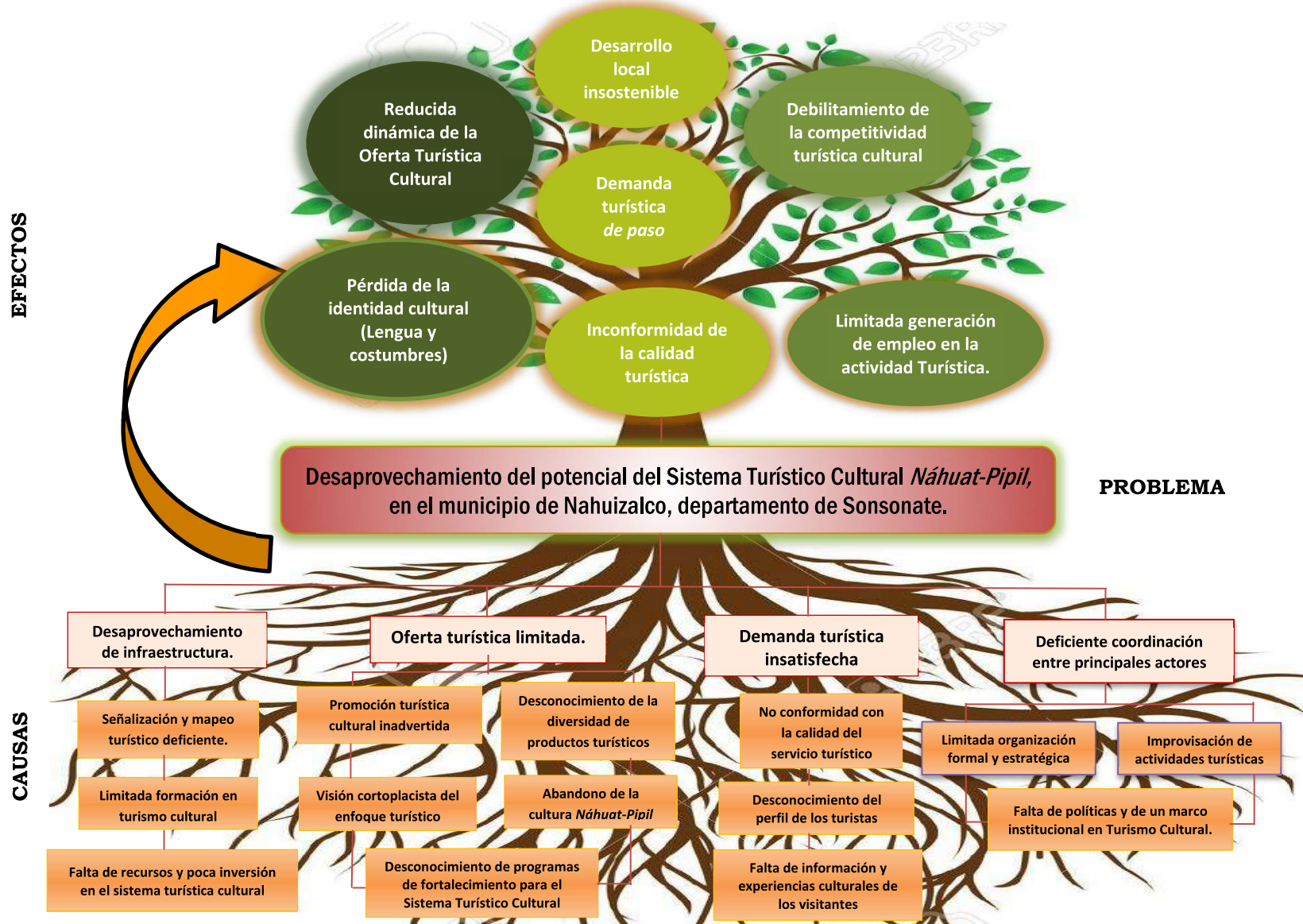
¿Permite una consultoría sobre el fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural, como propuesta al Comité de Desarrollo de Nahuizalco; aprovechar de forma competitiva y sostenible el potencial de la cultura Náhuat-Pipil; que permita el beneficio, sustento y desarrollo económico-social, que mejoren la calidad de vida de sus habitantes?

1.4.2 Esquematización del problema definido

Se aplica el método del *Árbol de problemas*¹¹, como herramienta visual de análisis que permite identificar con puntualidad; el problema central del Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco, especificando pormenorizadamente sus causas y efectos; y destacando principalmente las relaciones sinérgicas entre ellas. (***Ver Figura 3***).

¹¹ Técnica participativa muy apropiada que permite construir causas y efectos de manera organizada, generando un modelo de relaciones y secuencias para el examen de problemas.

Figura 3. *Árbol de problemas del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*



Fuente: Elaboración propia, considerando el planteamiento y definición del problema de esta consultoría

1.5 Preguntas de Investigación

Del planteamiento del problema, se advierte la siguiente sistematización de preguntas:

- *¿Qué desconocimiento apremia a empresarios y artesanos de Nahuizalco, sobre el perfil cultural de sus visitantes; lo que no permite aprovechar su potencial turístico?*
- *¿Puede fortalecerse el Sistema Turístico Cultural en este municipio Náhuat-Pipil, cuando se percibe un abandono paulatino de las costumbres culturales ancestrales?*
- *¿En qué medida contribuiría un levantamiento de inventario turístico cultural, para ampliar y diversificar la oferta de los productos turísticos?*
- *¿Qué tan efectiva es en cuanto al posicionamiento, la promoción de la oferta turística cultural que ofrece el municipio de Nahuizalco?*
- *¿Interpretan los actores dinamizadores del turismo de Nahuizalco, la importancia de su potencial cultural y patrimonial, como riquezas para ampliar su actividad?*
- *¿La falta de políticas de funcionamiento dentro de un marco institucional en el Sistema Turismo Cultural, ocasiona una coordinación deficiente de sus principales actores?*
- *¿Logra la existencia de una política turística cultural, atender oportunidades insuficientemente aprovechadas y a posibles mejoras sostenibles?*

1.6 Justificación

La práctica turística cultural, es una actividad de especial interés para el sustento y desarrollo territorial, económico y social de Nahuizalco, por lo que su fortalecimiento competitivo y sostenible es indispensable, ya que lograría oportunidades de superación: en términos del número de personas entre artesanos y comerciantes, que mueve y emplea en razón de las empresas que genera, y de la cantidad de recursos que moviliza. Esta consultoría proyecta un profundo interés en desarrollar competitivamente y de forma sostenible el *Sistema Turístico Cultural* de este municipio *Pipil*, que representa el motor dinamizador de su economía y atenuante de pobreza, además pretende ayudar a crear las condiciones necesarias para mejorar la calidad de vida de su población y satisfacer la demanda, en la que rescatando y manteniendo su identidad cultural ancestral, se aprovechen sus amplias ventajas competitivas.

Además, ésta consultoría busca estimular y dinamizar la actividad turística de Nahuizalco, fortaleciendo este sector de gran importancia, fundamentándose en buenas prácticas de gestión en turismo, que permitan explotar el potencial que posee y contribuya a reducir las fugas económicas por el desaprovechamiento de sus infraestructuras y flujo de visitantes. Esto implica reactivar la industria turística cultural, iniciando por una organización formal, objetiva y estratégica, que integre a los participantes de este escenario, de forma que reglamenten y promocionen estratégicamente dicha actividad; promover el patrimonio inmaterial, así como gestionar la marca de municipio, elaborar políticas internas que expongan la cultura, contar con operadores y guías capacitados y organizados, desarrollar eventos y fiestas turísticas, que expongan las ventajas competitivas de sus riquezas culturales y arquitectónicas; acompañado de comerciantes y artesanos como principales fortalezas.

Este estudio resalta como estrategia de desarrollo, la sostenibilidad turística de Nahuizalco, siendo un elemento *imperativo* para su competitividad y viabilidad económica en el largo plazo, lo que permite mejorar la industria artesanal que representa el 42% de las unidades productivas del municipio, permitiendo generación de empleo e ingresos para la población; maximizando beneficios sociales, económicos y ambientales, minimizando impactos negativos. Este equilibrio sostenible se logra mediante: una comprensión de las exigencias y la satisfacción de expectativas culturales de sus visitantes, respetando la participación activa de comunidades anfitrionas y su autenticidad indígena, la búsqueda de prosperidad de sus habitantes reduciendo pobreza, rescatando y conservando la riqueza e identidad cultural.

Otro elemento en la búsqueda para dinamizar la práctica turística cultural de Nahuizalco, es el aprovechamiento de la Ruta *Náhuat-Pipil*, que incorpora seis municipios del departamento de Sonsonate; en donde no solamente debe estar conectado por una carretera y sus orígenes, sino por un turismo solidario de intercambio cultural: *Cuisnahuat* con sus máscaras de madera, *San Julián* con sus cultivos de bálsamo y cacao, *Izalco*, mitos y leyendas, *San Antonio del Monte* industria del barro y velas, *Santo Domingo de Guzmán* alfarería del barro rojo y por su puesto *Nahuizalco* con sus petates y obras de artes tallados en madera. Esta sinergia turística cultural resultaría de una cooperación entre sus miembros de origen Pipil, donde se logre desarrollar una estructura de turismo regional competitivo, de gran importancia económica y cultural para sus pueblos, con miras de alentar la generación de ingresos que aseguren un desarrollo sostenible.

La propuesta de esta consultoría, se convierte no solo en un instrumento para dinamizar el trabajo de las actividades turísticas de Nahuizalco, sino; como un documento técnico que gestione la búsqueda fondos de financiamiento *no reembolsables*, ante programas de cooperación gubernamental como: Ministerio de Turismo (*MITUR*), Fondo de Desarrollo Productivo (*FONDEPRO*) a través del Ministerio de Economía, Amanecer Rural desarrollado por Ministerio de Agricultura y Ganadería (*MAG*); o instituciones de cooperación internacional como el Banco Centroamericano de Integración Económica (*BCIE*), Banco Interamericano de Desarrollo (*BID*), Agencia de Cooperación Internacional del Japón (*JICA*, siglas en inglés), La Unión Europea, Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo (*USAID*, siglas en inglés), Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo (*PNUD*), Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (*UNESCO*, siglas en inglés), Agencia Española para la Cooperación al Desarrollo (*AECID*), entre otras instituciones.

De no fortalecer sostenible y competitivamente el *Sistema Turístico Cultural* de Nahuizalco, en el corto y mediano plazo; seguirán existiendo fugas económicas por el desaprovechamiento del flujo de sus visitantes, privándose la oportunidad de reducir pobreza producto de una práctica de turismo tradicional, generando escasos empleos, inestables y poco cualificados, propiciando que las nuevas generaciones abonen a un clima de inseguridad; además, modernas infraestructuras enfocadas a prioridades turísticas y no en un desarrollo equilibrado con otras actividades productivas; lo que pone en peligro tradiciones culturales, que incrementan la pérdida de valores ancestrales, en donde puede sustituirse al indígena o artesano por desempleados y/o delincuentes. De seguir este comportamiento “*turismo tradicional*”, se reduciría la soberanía alimentaria de la población y lo más importante, el quebranto de la identidad cultural ancestral, abandonando el petate manual por importaciones foráneas.

1.7 Delimitación de la investigación

Las dimensiones de la presente consultoría, requieren delimitar la investigación sobre el Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco, como sugiere Rojas Soriano (2013): “Es necesario establecer los límites temporales y espaciales del estudio (*época y lugar*), y esbozar un perfil de las unidades de observación (*personas, viviendas, otros*), que resulta muy útil para definir el tipo de investigación que debe de realizarse” (p.73-74). Para ello deben considerarse algunos factores concretos como los siguientes:

1.7.1 Cobertura teórica y conceptual

La observación y exploración se fundamentan sobre el *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, que comprende un conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos, con el objetivo de fortalecer las diferentes actividades que permitan a los ciudadanos disfrutar de manifestaciones culturales. Esta cobertura describe de forma detallada, la teoría utilizada en el desarrollo de la investigación, lo que descubre un marco de conocimientos claros y concretos, los que requieren definir significados de términos usados frecuentemente y que merecen explicación, evitando interpretaciones equívocas en el proceso de la consultoría. Un claro marco conceptual, garantiza una investigación amplia y buen diagnóstico.

1.7.2 Cobertura temporal

Para comprender la evolución y el comportamiento del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, la investigación reviste sus variaciones en el transcurso del tiempo, es decir un estudio longitudinal de información histórica de 15 años (2000-2017), esto comprende un análisis desde las primeras prácticas de turismo del municipio, formación y capacitación de artesanos por parte del Centro de Desarrollo de Artesanos (CEDART), emprendimientos, estructuras de autoridad local y gubernamental, implicaciones jurídicas e incentivos, programas y estrategias de turismo nacional como “*Pueblos Vivos*”, que establece un vínculo de cultura, medio ambiente y gastronomía con su propia gente.

1.7.3 Cobertura espacial

La consultoría se desarrolla en el casco urbano de la ciudad de Nahuizalco, que es donde se desenvuelve primordialmente el entorno cultural de su sistema turístico; se encuentra ubicada a 7.4 kilómetros al norte de la ciudad de Sonsonate y a 72 km. de San Salvador; geográficamente comprende: en el extremo Norte se encuentra una plaza alrededor de la cual, están instalados al Oriente la iglesia parroquial *San Juan Bautista*, al Poniente un pequeño parque remodelado, al Sur la Alcaldía Municipal y el mercado, al Norte algunos comercios y viviendas, en la misma zona se encuentra el Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART), la Casa de la Cultura y el Museo histórico cultural *Náhuat-Pipil*. En la que se pretende beneficiar directamente a los microempresarios que operan la actividad turística y de forma indirecta a los actores como el Comité de Competitividad Municipal (CCM) y el Comité de Desarrollo Turístico (CDT) de Nahuizalco, con quienes se trabaja conjuntamente.



Fotografía 4. Centro histórico del casco urbano de la ciudad de Nahuizalco

Esta postal muestra la cobertura espacial, desde esta ubicación; a la izquierda se posiciona la Casa de la Cultura, al fondo la iglesia San Juan Bautista. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: agosto 2016.*

1.7.4 Cobertura económica (*presupuesto de consultoría*)

La cobertura económica, advierte una estimación valorada en términos de precios y cantidades reales por la realización de esta consultoría y su propuesta; la elaboración de su presupuesto se enuncia sobre la base de los costos por servicios profesionales como: honorarios de consultores expertos en tema de turismo, auxiliares de investigación de proyectos turísticos, encuestadores, otros. Como también, las actividades generales a realizar según la propuesta del proyecto; estos rubros comprenden en detalle, un conjunto de recursos empleados, sean estos humanos (*horas consultores y asesores*), materiales físicos, académicos y profesionales; los que se destinan para que esta investigación tenga éxito. La presente consultoría y la realización de las actividades según propuesta, se estima en \$ 68,100, (*Ver Tabla 1*).

1.7.5 Cobertura cultural y académica

El aporte de esta consultoría, conlleva un ingrediente de fortalecimiento al turismo cultural, inclusive para los propios habitantes del municipio de Nahuizalco, proponiendo mediante la educación y el aporte académico: el rescate, conservación, interpretación y puesta en valor del patrimonio cultural, que permita ampliar las posibilidades para la creación de productos turísticos específicos en el ámbito de la cultura, práctica sinérgica que se puede replicar hacia otros municipios de la ruta ancestral *Náhuat-Pipil*, que permita mejorar los ingresos de su industria turística y favorecer a los habitantes de la región.

Tabla 1. *Inversión financiera estimada de la implementación de consultoría.*

Rubros (Costos profesionales y costos de Implementación)	Inversión (estimada)
Honorarios de consultores (<i>Elaboración documento de proyecto</i>)	\$ 19,600
Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural (<i>Políticas, Ordenamiento, Capacitaciones, Asesoramiento, otros</i>)	\$ 15,000
Promoción de oferta turística (<i>Centro de atención turístico cultural, radio, medios impresos, otros</i>)	\$ 12,500
Implementación de propuestas de rescate cultural (<i>Organización, Capacitación, Seminarios, Talleres, otros</i>)	\$ 10,000
Logística de actividades turísticas culturales (<i>Diseño, Capacitación, Cumplimiento de Ley de Cultura, otros</i>)	\$ 8,500
Imprevistos Varios	\$ 2,500
Total de inversión estimada de realización de consultoría	\$ 68,100

Fuente: Elaboración propia

1.8 Objetivos

Esta consultoría presenta un objetivo general y una serie de objetivos específicos:

1.8.1 General

Elaborar y presentar un documento de consultoría al *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco*, como propuesta para la ejecución de actividades turísticas; que les permita aprovechar el potencial del Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil* de forma competitiva y sostenible, con la finalidad de contribuir en la condición de vida de sus habitantes.

1.8.2 Específicos

- Elaborar un *diagnóstico* del *Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil de Nahuizalco*, que permita conocer sus relaciones, sinergias y divergencias.
- Realizar un estudio de la *demanda turística cultural*, para conocer el perfil de sus visitantes, que permita a los ofertantes aprovechar su potencial turístico.
- Efectuar un *estudio técnico del entorno cultural* del *Sistema Turístico de Nahuizalco*, para visualizar la importancia de su potencial riqueza patrimonial.

- Diseñar un *inventario de los principales atractivos culturales*, que diversifique la oferta de los productos turísticos.
- Analizar y sintetizar los determinantes de la oferta turística cultural *Náhuat-Pipil*.
- Evaluar el efectivo posicionamiento promocional de la oferta turística cultural, a través de la diferenciación sostenible.
- Concluir seguimiento de registro de la *marca municipio* y propuesta de manual.
- Proponer una organización *turístico-cultural* dentro de un marco institucional, que implique sinergia entre los sectores de *turismo y cultura*.
- Elaborar un Marco Teórico Conceptual en turismo Cultural *Náhuat-Pipil*, documento que garantiza una investigación amplia y buen diagnóstico de consultoría.
- Presentar políticas o estrategias que impulsen el rescate y conservación de las principales tradiciones de identidad cultural ancestral *Náhuat-Pipil*.
- Elaborar y proponer *políticas turísticas*, mediante un modelo de turismo cultural que exprese buenas prácticas para los sectores: *turismo, cultura y comunidad Náhuat-Pipil*.

1.9 Metodología

La planificación del trabajo de investigación es fundamental como lo comenta Castillo Maribel (2011). “Consiste en precisar el problema por resolver, el objetivo, los medios, las técnicas, los recursos y el tiempo que se va a emplear para efectuarla, lo que ayuda a que la investigación tenga mayores posibilidades de éxito” (p.29).

1.9.1 Formulación de hipótesis

La presente consultoría expone hipótesis de investigación, *Sampieri y Baptista (2010)* refiere que son las guías para un estudio, resultan en explicaciones tentativas que se formulan como proposiciones; de hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación.

a) Hipótesis de la investigación

H₀. *Un documento de consultoría como propuesta sobre fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, permite rescatar y dinamizar el turismo cultural de forma competitiva y sostenible; que logren el desarrollo territorial, económico y social, que mejoren la calidad de vida de los habitantes.*

b) Hipótesis específicas

- H₁.** *A mayor conocimiento del perfil del turista cultural Náhuat-Pipil, mayor es la dinámica de la oferta turística de Nahuizalco.*
- H₂.** *Un mayor aprovechamiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, provoca una mayor ventaja diferenciadora frente a otros destinos.*
- H₃.** *Un levantamiento de inventario turístico cultural, ayudaría en la ampliación y diversificación de la oferta de los productos.*
- H₄.** *Un fortalecimiento del Sistema Turístico de Nahuizalco, lograría mayor afluencia turística en el marco de la Ruta de Las Flores.*

1.9.2 Determinación de variables e indicadores

La presente investigación, formula variables correlacionales y causales (*según el alcance de la investigación correlacional o explicativa*). Rojas Soriano (2013). “Define variable como una característica, atributo, propiedad o cualidad que: puede darse en los individuos grupos o sociedades, presentarse en matices o modalidades diferentes o magnitudes o medidas distintas” (p.183). Por otro lado Sampieri, *et al* (2010) afirma: “Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p.93).

Estas variables adquieren valor cuando llegan a relacionarse con otras, Rojas Soriano (2013) afirma: “Las relaciones entre las variables casi nunca es directa, hay diversas variables intermedias que actúan de manera diferente según sean las condiciones socio-históricas” (p.140). Para establecer causalidad antes debe haberse demostrado correlación, la causa (*X—Variable independiente*) debe ocurrir antes que el efecto (*Y—Variable dependiente*).

La tabla 2 determina las variables e indicadores de la presente investigación.

Tabla 2. *Determinación de variables e indicadores de la consultoría***Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural Náhuatl-Pipil del municipio de Nahuizalco.**

MACROVARIABLES		Microvariables		Indicadores
Y ₁	<i>Dinamizar el Sistema Turístico Cultural</i>	X ₁	Conocimiento del perfil turístico <i>Náhuat-Pipil</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Motivaciones y expectativas culturales • Valor turístico cultural • Ocio cultural • Mantenimiento de valores culturales
		X ₂	Aprovechamiento del potencial turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de participación • Actores municipales y empresariales • Apoyo a la inversión turística cultural
		X ₃	Levantamiento de inventario turístico cultural.	<ul style="list-style-type: none"> • Entorno cultural • Identidad cultural (<i>costumbres y tradiciones</i>) • Ubicación y acceso • Infraestructuras material e inmaterial
		X ₄	Promoción de la oferta turística de Nahuizalco.	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Kiosco turístico informativo (<i>museo</i>) • Operadores de turismo cultural • Determinantes de la Oferta Turística
		X ₅	Ampliar y diversificar la oferta de los productos turísticos culturales.	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado nocturno • Iglesia colonial (<i>siglo XVII</i>) • Museo <i>Náhuat-Pipil</i> • Gastronomía autóctona • Plaza central artesanal • Escuelas del habla <i>Náhuat-Pipil</i> • Diferenciación turística
Y ₂	<i>Rescatar y conservar la cultura Náhuat-Pipil</i>	X ₁	Enriquecimiento y conservación de su patrimonio ancestral	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de sectores Turismo y Cultura • Rescate cultural • Niveles de empleo y oportunidades • Acciones de protección cultural
		X ₂	Posicionamiento de la marca municipio.	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad de cultura <i>Náhuat-Pipil</i> • Guía Turística cultural • Fomento del turismo cultural • Registro de marca Municipio
		X ₃	Integración social y acercamiento entre los pueblos.	<ul style="list-style-type: none"> • Sentimiento de identidad y pertenencia • Comprensión e interpretación de la cultura • Desarrollo humano sostenible de los pueblos • Portador de valores culturales. • Sostenibilidad Turística Cultural • Buenas prácticas de turismo cultural • Práctica turísticas atenuantes de pobreza

Fuente: Elaboración propia**1.9.3 Diseño metodológico**

La presente investigación visualiza de forma práctica y concreta, responder a las preguntas de investigación, además de cubrir los objetivos e hipótesis establecidos; lo que implica desarrollar un diseño de investigación; como lo comenta Sampieri, *et al* (2010): “El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea” (p.120).

Esta consultoría, fundamenta su estudio en un diseño metodológico *no experimental*. La investigación se realiza durante los años 2015-2017, la que está dividido en dos fases: la primera de *indagación-creación* conceptual sobre turismo cultural y la segunda de *exploración en campo* del Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil* del municipio de Nahuizalco.

a) Indagación-creación conceptual del turismo cultural

La primera etapa de *indagación-creación* conceptual sobre turismo cultural, presenta como insumos; literatura acreditada relacionada y variada con los temas, provenientes de fuentes dignas académicamente, las que después de un profundo estudio se presentan a un proceso de análisis y reflexión, para la robusta referencia teórica de la investigación.

b) Exploración de campo del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco

La segunda fase es de exploración en campo y permite una adecuada evaluación del aprovechamiento potencial turístico cultural *Náhuat-Pipil* por parte de los actores turísticos del municipio de Nahuizalco, se utiliza fuente de información por parte del Comité de Competitividad Municipal (CCM) y del Comité de Desarrollo Turístico (CDT), como también de diversidad de elementos o actores del sistema turístico del municipio. Para ello se cuenta con herramientas de investigación social cualitativa como: *la observación directa con los participantes y entrevistas (estructuradas y participativas) a profundidad*.

El *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, es metodológicamente delimitado en sus componentes esenciales, con el propósito de utilizar las visiones y enfoques de cada uno de los actores entrevistados con respecto al turismo cultural y su sistema; con lo que se pretende lograr un panorama más claro de acuerdo con los criterios obtenidos, posteriormente se analizan y se contrastan con un sistema ideal de turismo cultural (*Análisis de brechas dentro de diagnóstico*).

1.10 Determinación de unidad de análisis, población y muestra

Esta consultoría define *unidad de análisis* y delimita una *población* con claridad de sus características con base en el planteamiento del problema, las que no sólo dependen de los objetivos de la investigación, sino de otras razones prácticas turísticas; determina una *muestra*, sobre la cual se pretenden generalizar los resultados.

A continuación se describen cada una de estas variables:

- **Unidad de análisis:** son los actores principales del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco* como: turistas o consumidores reales o potenciales (*demanda turística*), micro y pequeños empresarios de unidades productivas (*oferta turística*) y actores turísticos claves, es decir aquellos que por su participación e influencia, capacidades, conocimientos y/o posición; resultan indispensables para alcanzar eficientemente la práctica turística del municipio.
- **Diseño de la muestra:** la presente investigación por ser de un enfoque mayormente cuantitativo utiliza el procedimiento de *Muestreo probabilístico aleatorio simple* en combinación con el *muestreo no probabilístico intencional*. La selección de la muestra se realiza de acuerdo a los objetivos planteados, las hipótesis e indicadores a explorar.
- **Población a investigar y cálculo de muestra:** para los propósitos de esta consultoría, está combinada por los siguientes tres diferentes fragmentos de la unidad de análisis:

a) **Demanda turística cultural**

El mercado meta turístico cultural es el casco urbano del municipio de Nahuizalco y de la *Ruta de Las Flores* a la que pertenece: es importante recalcar y destacar que las características de tipos de viaje que realizan los turistas en estos destinos son de *naturaleza y cultura*, ya que son los recursos básicos por excelencia de atracción turística. Para efectos de la investigación de esta población, se utilizan dos tipificaciones particulares de la demanda turística:

1. Población de la demanda turística real

Conformada por los turistas (*visitantes o excursionistas*) nacionales e internacionales, que visitan el casco urbano cultural de la ciudad de Nahuizalco, para esta población no se cuentan con registros estadísticos precisos. En razón de ello se determina una **muestra de 384 turistas**, utilizando el cálculo según fórmula de estudios sencillos para muestra aleatoria simple¹².

2. Población de la demanda turística potencial

Turistas (*visitantes o excursionistas*) nacionales e internacionales, que visitan la *Ruta de Las Flores*, un corredor turístico de interés nacional floreciente en cultura y naturaleza, cercana y de mayor influencia potencial en el mercado turístico de Nahuizalco: tanto en el aumento de ventas, como nuevos segmentos; mediante prácticas de *Benchmarking turístico*.

¹² 384 muestras, es la cantidad máxima que se determinan al calcular la *fórmula de estudios sencillos* dentro de un muestreo aleatorio simple.

Esta zona turística, se transita desde Sonsonate hasta Ahuachapán comprendiendo 6 destinos: Nahuizalco, Salcoatitán, Juayúa, Apaneca, Ataco y Ahuachapán (*se excluye Nahuizalco por tener su propia población de estudio*). Esta ruta es considerada uno de los puntos turísticos más desarrollados en generación de ingresos, y la segunda más visitada junto a la *Ruta Sol y Playa (Ver anexo 3)*.

La *Ruta de Las Flores*, se ha constituido en uno de los paseos turísticos más disfrutados por las familias salvadoreñas y extranjeras, en la que se encuentran pueblos de tradición cultural y lugares históricos. La Asamblea Legislativa de la República de El Salvador (2014) decreta una promoción de turismo orientada a la restauración y conservación de actividades culturales, declarando el primer domingo del mes de octubre de cada año “*Día de la Zona de la Ruta de Las Flores de El Salvador*”, en reconocimiento a su valor cultural, comunidades originarias, costumbres y tradicionales; como parte de la identidad salvadoreña¹³.

Según estimaciones de la Unidad de Inteligencia de Mercado de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) “*El día de La Ruta de Las Flores*”, genera un impacto económico de \$250,000 que dinamiza la economía de los micro y pequeños empresarios de la zona, con una población que supera los 20,000 turistas nacionales en su mayoría procedentes del departamento de San Salvador¹⁴.

Sin embargo, la afluencia turística de los visitantes de la *Ruta de Las Flores* es variante y no se cuentan con registros estadísticos precisos, por lo que se determinó **una muestra de 384 turistas**, utilizando la fórmula de estudios sencillos. La *tabla 3*, refleja una muestra representativa proporcional para cada municipio participante de la *Ruta de Las Flores*. Rojas Soriano (2013), lo define como *Afijación proporcional de la muestra*: “Para afijar o distribuir la muestra se requiere conocer la fracción o proporción que representa cada grupo respecto al total de la población. La suma de todas las fracciones debe ser igual a la unidad” (p.305).

¹³ La Asamblea Legislativa de la República de El Salvador (2014) decreta una promoción de turismo orientada a la restauración y conservación de actividades culturales, declarando *el primer domingo del mes de octubre de cada año “Día de la Zona de la Ruta de Las Flores de El Salvador”*, en reconocimiento a su valor cultural e historia, como parte de nuestras tradiciones salvadoreñas. Decreto Legislativo N° 800, Diario Oficial. N° 180, Tomo 404, San Salvador, El Salvador, 3 septiembre 2014.

¹⁴ Cfr.: <http://mitur.gob.sv/index.php/novedades/noticias/item/30-dia-de-la-ruta-de-las-flores-genera-derrama-economica-de-250-000-a-microempresarios>

Tabla 3. *Afijación proporcional de la muestra de la demanda turística potencial.*

Municipio	Ubicación geográfica de la <i>Ruta de Las Flores</i>	No. muestras
Salcoatitán	Pertenece al departamento de Sonsonate, a 82 Km. de la capital. Limita al Norte y Este con Juayúa, al Oeste con Santa Catarina Masahuat, al Sur con este último municipio y Nahuizalco.	76
Juayúa	Su nombre en Náhuat significa “ <i>Río de Orquídeas Moradas</i> ” o “ <i>La ciudad de las Orquídeas Rojas</i> ”. Tiene un agradable clima, se encuentra a 84 Km. de San Salvador.	76
Apaneca	En lengua <i>Náhuat</i> , significa <i>Río de Vientos</i> . Pertenece al departamento de Ahuachapán, a 91 Kms de San Salvador.	76
Concepción de Ataco	Fundado por tribus Pipiles, se encuentra a 5 Km. de Apaneca, en dirección a Ahuachapán y a 100 Km de San Salvador. En idioma Náhuat este significa “ <i>Lugar de elevados manantiales</i> ”	80
Ahuachapán	Situado a 110 km de la ciudad capital, está limitado al norte por San Lorenzo y la República de Guatemala; al este por San Lorenzo, Atiquizaya y Turín; al sur por Juayúa (Sonsonate), Apaneca, Concepción de Ataco y Tacuba; y al oeste por la República de Guatemala.	76
Total de muestras de la demanda turística potencial		384

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Ante la limitante de conocer registros estadísticos de la representatividad de cada pueblo participante, para la afijación proporcional de la muestra; se parte del criterio de una distribución representativa por igual para cada municipio que conforma la *Ruta de Las flores*.

b) Oferta turística cultural

Este segmento de la población, comprende las Unidades Productivas Ofertantes (*UPO*) de la industria turística del casco urbano de Nahuizalco, micro y pequeños empresarios privados que atienden a turistas; de importancia por los empleos e ingresos que generan. Un mapeo de negocios emprendedores, por sectores artesanales, agropecuarios y comerciales determina una población de 38 unidades; no hay cálculo de muestra, se aplica *censo poblacional*.

c) Actores turísticos claves

Para propósitos de esta investigación, se delimitan los actores turísticos en dos agrupaciones claves, que reciben y ejecutan directrices en tema de turismo por parte de Ministerio de Turismo (*MITUR*) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (*CORSATUR*), los que son parte de objeto de estudio en el municipio de Nahuizalco:

- *Comité de Competitividad Municipal (CCM)*, cuenta con 12 representantes entre empleados municipales (*sector público*), empresarios (*sector privado*) y comunidad.
- *Comité de Desarrollo Turístico (CDT)*, lo integran 20 miembros (*3 delegados municipales y 17 representantes del sector empresarial, ciudadano y asociaciones*).

Las dos agrupaciones anteriores, consideradas actores turísticos claves, presentan una población de miembros definidas, por lo que no hay cálculo de muestra, se aplica ***censo poblacional***. Estos comités participantes de la actividad turística de Nahuizalco, están organizados y representados por sectores públicos y privados, como también por la comunidad local.

1.11 Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Sobre la selección de muestras adecuadas y los censos establecidos, atiende recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de análisis o fragmentos de la población determinada, estos procedimientos que conducen a reunir datos deben ser confiables, válidos y objetivos, además determinan: *¿Cuáles son las fuentes de donde se obtienen? ¿En dónde se localizan tales fuentes? ¿Con qué medio o método se recolectan los datos?* Para poder explorar apropiadamente el problema del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, se requiere de información amplia, seleccionada y precisa. Por consiguiente, la presente investigación utiliza fuentes primarias o investigación en campo y secundarias o documentales, de acuerdo a los objetivos e hipótesis planteados.

Para obtener información sobre la investigación relacionada con la problemática del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, se emplean métodos y técnicas de recolección de la información primaria y secundaria, como los define Rojas Soriano (2013): “Son herramientas metodológicas que permiten instrumentar los distintos procesos específicos de la investigación, dirigiendo actividades mentales y prácticas hacia la consecución de los objetivos” (p.92).

Para una mayor comprensión integral metodológica de recolección de información tanto primaria como secundaria, se ha preparado una matriz (*Ver tabla 4*), donde se presentan los segmentos de la población delimitados, determinación de muestras y censos; juntamente con sus indicadores y variables, los métodos elegidos, las técnicas utilizadas; como los instrumentos para captar los datos de la presente consultoría.

Tabla 4. Matriz integral de métodos, técnicas e instrumentos utilizados en la consultoría.

Segmentos de población		Población	Indicadores (<i>Qué se investiga</i>)	Método (<i>Cómo</i>)	Técnica (<i>A través de qué</i>)	Instrumentos (<i>Con qué</i>)
Demanda turística real Turistas (<i>visitantes o excursionistas</i>) nacionales e internacionales, que visitan el casco urbano cultural de la ciudad de Nahuizalco		Muestra 384	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del perfil turístico <i>Náhuat-Pipil</i>. • Motivaciones y expectativas culturales. • Valor turístico cultural. • Ocio cultural. • Mantenimiento de valores culturales. • Identidad de cultura <i>Náhuat-Pipil</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Síntesis bibliográfica • Síntesis observación ordinaria. • Muestreo probabilístico de la población (<i>aleatorio</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistematización bibliográfica • Observación ordinaria • Encuesta turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de trabajo bibliográfico • Guía de observación y diario de campo. • Cuestionario
Demanda turística potencial Turistas (<i>visitantes o excursionistas</i>) nacionales e internacionales, que visitan la <i>Ruta de Las Flores</i> . La muestra es proporcional entre los municipios participantes de la ruta.		384				
Oferta turística cultural (<i>Unidades Productivas Ofertantes de la industria turística del casco urbano de Nahuizalco</i>).		Censo				
		38	<ul style="list-style-type: none"> • Guía Turística cultural • Fomento del turismo cultural • Entorno cultural • Identidad cultural (costumbres y tradiciones) • Ubicación y acceso • Actividades turísticas • Ruta turística cultural • Ferias y eventos culturales • Amplitud de bienes y servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Síntesis bibliográfica • Síntesis observación ordinaria. • Censo poblacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistematización bibliográfica • Observación ordinaria • Entrevista estructurada 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de trabajo bibliográfico • Guía de observación y diario de campo. • Guía de entrevista y diario de campo
Actores turísticos claves	Comité Competitividad Municipal (CCM) 12 representantes entre empleados municipales (<i>sector público</i>), empresarios (<i>sector privado</i>) y comunidad.	12	<ul style="list-style-type: none"> • Rescate cultural • Identidad de cultura <i>Náhuat-Pipil</i> Infraestructuras materiales e inmateriales 	Muestreo selectivo de actores claves	Entrevista estructurada	<ul style="list-style-type: none"> • Guía de entrevista y diario de campo
	Comité de Desarrollo Turístico (CDT) 20 miembros (3 <i>delegados municipales</i> y 17 <i>representantes del sector empresarial, ciudadano y asociaciones</i>)	20	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de participación • Actores municipales y empresariales • Apoyo inversión turística cultural. • Niveles de empleo y oportunidades • Acciones de protección cultural • Políticas Turísticas atenuantes de pobreza y desarrollo local. 		Entrevista participativa	

Fuente: Elaboración propia, Apud Rojas Soriano, R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*. 38ª Edición. México D.F. México.p.202-203

1.12 Términos de Referencia (TDRs) de esta Consultoría

La consultoría, es un servicio profesional útil que ayuda a examinar y resolver los problemas prácticos que afrontan los que lo requieren; logrando: *mejoras de rendimiento, búsqueda de oportunidades y aprendizaje de experiencias, entre otros beneficios*. Cada vez es más creciente la necesidad de contratar este tipo de servicios, para ello; quien contrata debe elaborar un documento que identifique y establezca el problema que apremia y de las expectativas que resuelvan. Este instrumento técnico se denomina Términos de Referencia (TDRs)¹⁵. Esta investigación proyecta enmarcar la importancia de los TDRs, como un documento de invitación a los consultores por parte de los que requieren este servicio profesional.

El objetivo principal de los TDRs, es la búsqueda de claridad sobre *las condiciones en las que se realiza la consultoría* y en los que posiblemente se suscriba un contrato, donde una de las partes especifica los servicios a contratar y las otras las circunstancias en que se ofrecen, con el objetivo de presentar ofertas de servicios profesionales en consultoría, su selección sirve para la contratación y durante su ejecución para verificar el cumplimiento de lo contratado. Los TDRs comprenden además de los servicios de consultoría, un medio apropiado de negociación *técnica y económica* para las partes involucradas, por ello, los requerimientos expuestos deben ser claros, precisos y contener en detalle lo que se solicita. En este sentido se convierten en una especie de mapa, un camino claro para el progreso, especificando *qué necesita ser alcanzado, por quién y cuándo*. En otras palabras, debe ser, una lista de resultados que concuerden con los requerimientos, alcance y limitaciones existentes.

La convocatoria de un TDRs¹⁶, tradicionalmente está vinculado en su preparación con los siguientes apartados: una breve explicación de los antecedentes de quien requiere los servicios de consultoría: Visión, objetivos, alcance y resultados (*qué debe ser alcanzado*); Componentes, roles y responsabilidades (*quién debe tomar parte en ello*); Recursos, finanzas y planificación de calidad (*cómo debe ser alcanzado*); Desglose del trabajo y calendarización (*cuándo será alcanzado*); y los factores de éxito/riesgos como también posibles restricciones. Un punto importante de este documento técnico, es la descripción del perfil del (los) consultor (es), condiciones contractuales en la oferta, contexto de pago y supervisión.

Para propósitos académicos de esta investigación, se perfilan los TDRs requeridos por las autoridades turísticas del municipio de Nahuizalco; solicitando servicios de: “*Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil*”. (Ver Apéndice I).

¹⁵ Los TDRs, es un documento técnico que elabora quien necesita contratar los servicios de una consultoría, cuando al detectar debilidades o problemas no puede resolverlos con sus propios recursos, entonces recurre a buscar asistencia externa; con la intención: *de mejorar en diversos escenarios, aprovechar oportunidades, necesidad de fortalecimiento o búsqueda de circunstancias favorables entre otros*. Este documento proporciona información para que cualquier consultor comprenda a quien y que ofertar sobre lo requerido de consultoría.

¹⁶ En El Salvador, las convocatorias de consultoría del sector público; se realizan a través de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucionales, atendiendo la invitación mediante descargas gratuitas del sitio www.comprasal.gob.sv, debiéndose registrar apropiadamente la participación en calidad de consultor (es).

1.13 Dificultades y limitaciones de la Consultoría

La investigación de campo de esta consultoría en la exploración de problema y el análisis de posibles soluciones, como en la búsqueda de oportunidades y mejoras futuras de la práctica turística de Nahuizalco, deja al descubierto algunas dificultades (*tropiezos e inconvenientes, inclusive dudas*) y limitaciones (*restricciones teóricas y orden estadístico*); que es preciso se argumenten en este apartado.

Expresión de las importantes *dificultades* de esta consultoría:

- 1) *Factor cultural en la recopilación de datos en las entrevistas*: Algunas entrevistas realizadas a los actores claves (*sobre todo artesanos de origen indígena*), presentan una percepción cultural indiferente por considerar que: *la actividad turística lo excluye o y no valora sus raíces indígenas, entre otros comportamientos*, que obstaculizaron de forma apropiada el empleo de esta técnica de recopilación de datos para esta consultoría.
- 2) El Cuestionario de la consultoría destinado para el estudio de los visitantes de los municipios de la *Ruta de Las Flores*, fue distribuido a corresponsales de la zona (*encuestadores que por conocer los lugares de atracción turística de este circuito facilitarían la recolección de datos*), sin embargo los resultados fueron tardíos, incompletos, confusos e incoherentes, por lo que fue una tarea logística propia de los consultores.
- 3) Durante la fase de entrevista en el casco urbano de Nahuizalco a las *Unidades Productivas Ofertantes (UPO)*, se tropezó con una resistencia natural por los entrevistados de múltiples formas (*evasiva de recibimiento, no contestan a las preguntas, respuestas imprecisas y generales, otros*). Para crear un ambiente de seguridad y confianza de ambas partes, se requirió durante toda esta etapa, del acompañamiento de miembros del *Comité de Competitividad Municipal y Comité de Desarrollo Turístico*.
- 4) Cada consultoría es única (*problema, actores, sus relaciones, y propuestas*), esta investigación en particular por su naturaleza compleja en *turismo-cultural*, ha requerido para su diagnóstico datos más minuciosos y precisos, cuya obtención y análisis; han implicado un período de tiempo más prolongado y costoso que no se pudieron evitar.

Esta consultoría declara las siguientes *limitaciones*:

1. Esta consultoría se limita al Turismo Cultural, orientado directamente en el casco urbano del municipio de Nahuizalco, por lo tanto no hace referencia al crecimiento y desarrollo potencial del emergente *Turismo Rural-Comunitario* de este municipio, que representa el origen y desarrollo de la cultura *Náhuat-Pipil*.
2. La presente investigación, evidencia la escasa literatura seleccionada para caracterizar el turismo cultural, por ser una práctica aún emergente que viene adquiriendo un significativo protagonismo. Lo que explica (*confirmado por una diversidad de autores*) que la mayoría de los estudios realizados sobre esta tipología turística, sean parciales, en reducidos autores y con enfoque generalizado. Esto limita, pero no invalida, presentar un marco teórico conceptual claro y apropiado.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Ne turishmu ipal kultuwas techchiwa ma timumatikan ken titejemet wan tay techpia, techilpika iwan taypanutuk wan tay witz, iwan ne ashan. Ini modoj ipal turishmu nusan yultaketza ipanpa ne kultuwas, ne takamet wan ne tumin keman kichiawa ma titamakakan wan titakuakan tajtaya wan tejteteki. Kineki ma weya ne tumin wan ne tejteteki kan yaja nesi wan kichiwa ma kishmatikan wan ma kimatikan sejseuk kultuwas, muchi ne pashaluat ika kinekit kichiwa tay kimaka ne turishmu. Uni inasneki, ma kishmatikan ken nemit, ken ne icojcostumbrej, ken ne itrajtradición, ne itaypanutuk, ne ijilwit, ne kajkal wan ne imojmonumento ka ajsikan.

Ne Tepewa ipal ne Tajtal Senpuzjutuk pal ne Tamachtilis, ne Taishmatilis wan ne Kultuwas (*UNESCO, ika kienej ne isijsigla tik ingléstaketzalis*) ina ka ne turishmu ipal kultuwas kipia se «dimensión ipal kultuwas tik ne projprocesoj socioeconómicoj pal tikchiwat ma wejweyakan yek ne tejtechan wan ma ishtunakan kienej» ken se «machiut pal muktikan wan ishtunakan kienej» wan ina nusan ka «yaja te semaya kipalewia kikwikan tumin, noke nusan kichiwa ma muishmatikan wan ma munekikan ne tejtechan; ika yaja se modoj ipal turishmo kan munamikit pojpolíticaj ipanpa kultuwas wan nusan ipanpa turishmo, wan techmachtia tiktejpiat wan tiknekit muchi tay tikpiat, ipanpa kultuwas wan muchi tay techyawalua»¹⁷.

UNESCO (1982) Conferenciaj pal ne taltikpak ipanpa pojpolíticaj ipanpa kultuwas.

El Turismo Cultural nos inspira un sentimiento de identidad y pertenencia, estableciendo un vínculo entre el pasado y el futuro, a través del presente. Esta tipología de turismo, incorpora los aspectos culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. Busca rentabilizar económica y socialmente el espacio local o lugar donde se desarrolla y se centra en que las personas viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas que les permitan acercarse y comprender culturas distintas. Es decir, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO por sus siglas en Inglés) señala que el Turismo Cultural corresponde a una “dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos” como un “modelo de desarrollo humano integral y sostenible”. Es considerada una “actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales”.

UNESCO (1982) Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales.

¹⁷ Traducido al Náhuat por el maestro Carlos Ruiz, miembro Náhuat-hablante de la asociación *Colectivo Tzunhejekat* de Nahuizalco, a quien agradecemos su valiosa colaboración.

2.1 La industria turística

Está a punto de emprender un viaje de consultoría en el ramo del *turismo cultural*. Si todos los expertos planificadores y futuristas están en lo correcto, se estaría preparando para el desarrollo de la industria más grande del mundo. El *turismo* es creciente, dinámico y de rápidos cambios; con novedades constantes en: *actividades, destinos, tecnologías y mercados*. Un número sin precedente de turistas viajan atraídos por una variedad de productos, generando desarrollo y transformando las comunidades locales.

Cualquier intento por definir el turismo¹⁸ y describir a fondo su alcance, debe tomar en consideración a los diversos grupos que participan en esta industria y que resienten el efecto de lo que ocurre en ella. Sus perspectivas son fundamentales para un estudio completo de consultoría. Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011:5), identifican cuatro diferentes perspectivas del turismo (*Ver tabla 5*):

Tabla 5. *Diferentes perspectivas del turismo*

Grupos participantes	Perspectiva del turismo
El turista	Busca diversas experiencias y satisfacciones intelectuales y físicas. La naturaleza de éstas determinará el lugar elegido y las actividades que se disfruten.
Los negocios que proporcionan bienes y servicios al turista.	Los comerciantes consideran el turismo como una oportunidad para obtener utilidades al proporcionar los bienes y servicios que el mercado turístico demanda.
El gobierno de la comunidad	Los políticos consideran el turismo como un factor de riqueza en la economía de sus jurisdicciones. Se relaciona con el ingreso que sus ciudadanos pueden percibir de este negocio. También consideran los ingresos tributarios recibidos del gasto turístico. El gobierno juega un papel importante en las políticas públicas turísticas.
Comunidad anfitriona	La población de la localidad suele ver el turismo como un factor cultural y de empleo. Es importante la interacción entre visitantes y residentes.

Fuente: *Elaboración propia*, Apud de Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011). *Turismo*, Planeación, Administración y Perspectivas. 3ª Ed. México D.F. México: Editorial Limusa Wiley. p.5.

Según Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011). “*El propósito más elevado del turismo es conocer mejor a la gente de otros lugares y países, ya que esto promueve la comprensión y el aprecio para construir un mundo mejor para todos*” (p.300). Los viajes elevan los niveles de la experiencia, el reconocimiento y los logros humanos en muchas áreas del aprendizaje, la investigación y la actividad artística.

¹⁸ Cuando se piensa en turismo, lo primero que viene a la mente es: *disfrutar de una hermosa playa, gente que dedica su tiempo libre contemplando lugares de interés, para escapar de las complejidades del mundo moderno*. Si se considera el tema más a fondo, se puede incluir en la definición: *a gente que participa en un congreso una conferencia de negocios, quienes hacen viajes de estudios de investigación científica o los que participan de actividades culturales (costumbres y tradiciones populares) e históricas de identidad nacional*.

El turismo conlleva una serie de atributos humanos que van más allá del viaje y de hoteles (*Ver tabla 6*); que necesita del fortalecimiento de actividades educativas y culturales.

Tabla 6. *Atributos humanos del turismo*

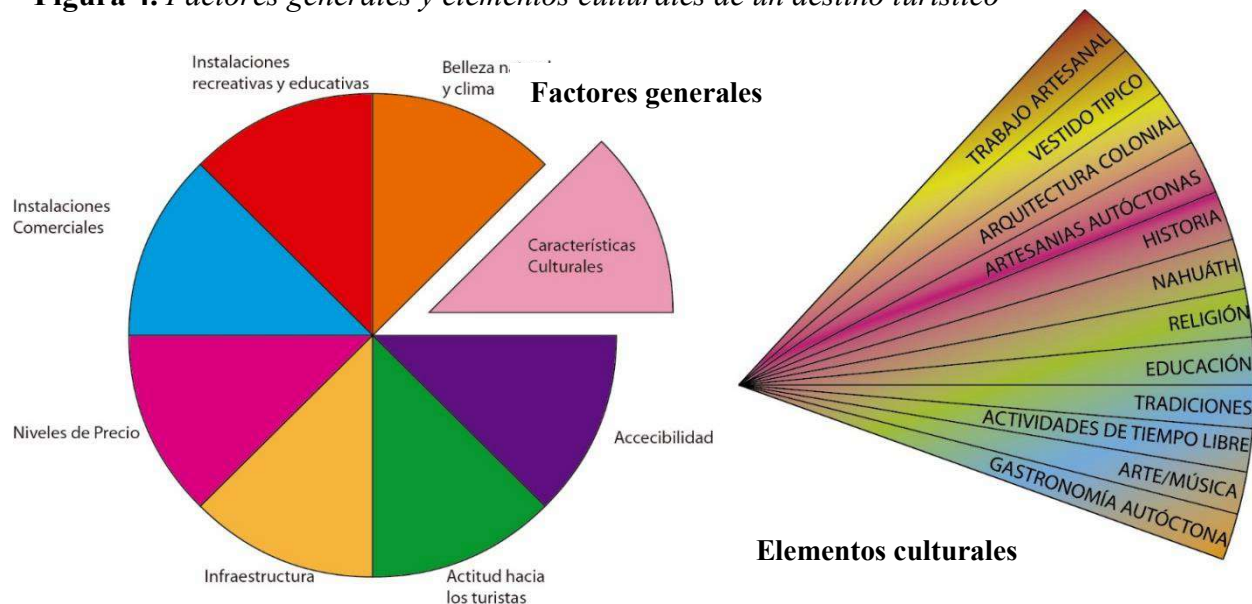
Atributos Humanos del turismo	Descripción de los atributos turísticos
Humanizante	Su práctica conlleva un efecto tranquilizador y renovador del ser humano a su plenitud
Socializante	Relación de personas, se descubren capacidades y formas de interpretar el entorno
Auténtico conocimiento	Amplía el marco de referencia individual por el contacto con la naturaleza, condiciones <i>económico-sociales</i> y las experiencias diferentes a las propias.
Cultural	Contacto con patrimonio artístico, arqueológico, literario, religioso, ideológico, folclóricos y demás formas expresivas de la humanidad, de este intercambio cultural surgen nuevas formas artísticas y modernas manifestaciones de la creatividad humana.

Fuente: Elaboración propia.

Para clasificar los destinos con el objetivo de emprender una discusión sistemática de las motivaciones turísticas, Valene L. Smith (*citado en Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. 2011:300*) identifica seis categorías de turismo¹⁹: (1) *turismo étnico*, (2) *turismo de negocios*, (3) *turismo ambiental*, (4) *turismo recreativo*, (5) *turismo histórico* y (6) *turismo cultural*. Esta consultoría enfoca su estudio a esta última categoría, sobre la cual Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011: p. 300) manifiesta:

La **cultura** es tan sólo un factor (*rico y diverso*) que determina de manera general el atractivo de una región turística; los elementos culturales de una sociedad son complejas manifestaciones de la forma como la gente vive, trabaja y juega. (*Ver figura 4*).

Figura 4. *Factores generales y elementos culturales de un destino turístico*



Fuente: Apud Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011). *Turismo*, Planeación, Administración y Perspectivas. 3ª Ed. México D.F. México: Editorial Limusa Wiley. p.5.

¹⁹ Los destinos turísticos pueden, generar y proporcionan más de una clase de experiencia turística.

2.2 Referencia introductoria del Turismo Cultural

En el siglo XVIII comienza una actividad que terminará caracterizando a las sociedades del siglo XXI: *el turismo*. El movimiento de caminantes hacia espacios desconocidos, la captura de imágenes, la mirada y su forma de pensar en lo inexplorado; aún forma parte del turismo de hoy. Estos primeros viajeros disfrutaban de la contemplación de monumentos, ruinas y obras de arte que habían sobrevivido al paso del tiempo y que conservaban un gran poder de memoria histórica. Precisamente es esta misma *mirada* la que se reconoce hoy día cuando se aprecia ante un bien de patrimonio cultural.

El turismo nació ligado a la cultura, pero no es posible comparar aquellos viajes con el fenómeno que nace a partir de la segunda mitad del siglo XX, donde *el turismo* se convierte en una actividad singular. En sus primeras décadas está relacionado con el descanso, donde el producto y la motivación dominante es *sol y playa*. Con el paso del tiempo los turistas irán incorporando nuevas experiencias y los mercados inventando nuevos productos.

El concepto de *turismo cultural* se enfrenta a una dificultad inicial: delimitar de forma concreta los conceptos *cultura* y *turismo*; concepciones que por separado y no se diga de forma conjunta; han suscitado un debate extenso y profundo que no existe una única definición como punto de partida. Esta consultoría delimita los conceptos *cultura* y *turismo*; para enfocar la construcción de la definición de *turismo cultural*: describiendo, argumentando y analizando; problemas, relaciones, funcionamiento y lógica que imperan en cada uno de estos términos.

Ninguno de los conceptos de las ciencias sociales (*economía, estrategia, sociedad, entre otras disciplinas*) es fácil de puntualizar, la definición del turismo cultural presenta la misma dificultad, la que radica al situar en relación dos términos que concentran un amplio debate: *turismo* y *cultura*. Para ello esta consultoría considera necesario simplificar esta realidad compleja, un proceso arduo que no resulta sencillo.

Cualquier estudio de *turismo cultural* comienza refiriéndose a este problema en particular, este estudio de consultoría no es la excepción.

2.3 Dificultad relacional entre el *turismo* y la *cultura*

Mientras *el turismo* sea una actividad realizada por un número pequeño de visitantes, que respondan al prototipo de *turista cultural*²⁰, la posibilidad de conflicto con el sistema de patrimonio cultural es muy bajo. De lo contrario, cuando el sistema turístico, incorpora como parte de su oferta bienes culturales que comienzan a ser visitados por un número elevado de turistas *cuya motivación es distinta* a la esperada por los gestores culturales, las posibilidades de desencuentro son cada vez mayores.

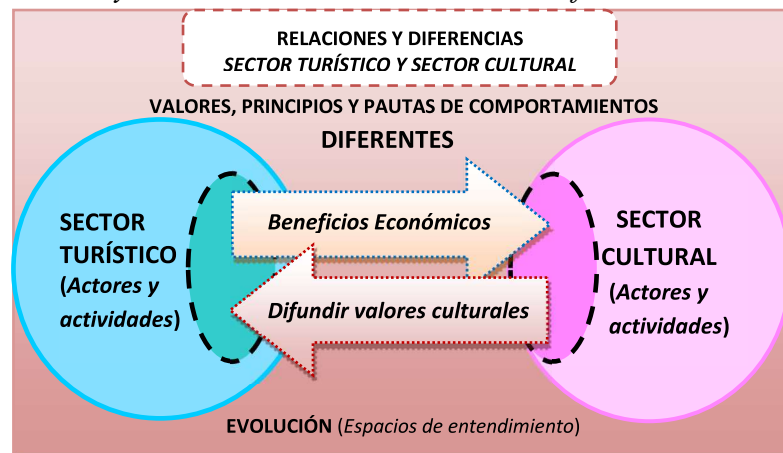
2.3.1 Diferencias entre el sector turístico y el sector cultural

El *turismo cultural* pone en relación dos realidades diferentes: *los actores y actividades turísticas* y *los actores y actividades culturales*. El *turismo* y la *cultura* pertenecen a sectores sociales diferentes, cada uno de los cuales tiene sus propios valores, principios y pautas de comportamiento (**Ver tabla 7**). Diversos autores han analizado las características que determinan el comportamiento del *sector turístico* y el *sector cultural*. Mckercher y du Cros (2002, citado en Pulido Fernández, et al. 2013: p.27) comenta:

El turismo y la gestión del patrimonio cultural son ámbitos de actividad estructurados por marcos conceptuales diversos, donde los valores y creencias de quienes participan responden a criterios diferentes, la evolución a la que se han visto sometidas ambas actividades está forzando a que se abran espacios de entendimiento entre ambos (p.27).

La **figura 5**, ilustra de mejor forma este comportamiento manifestado en ambos sectores:

Figura 5. Sector Turístico y Sector Cultural: dos realidades diferentes



Fuente: Adaptado de Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.146.

²⁰ Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1993), el prototipo de turista cultural es: *nivel socioeconómico medio/alto, con una formación de nivel superior, conciencia medioambiental y aprecian diferencias culturales*. Apud. Pulido Fernández, et al. (2013). *Turismo Cultural*, p.27.

Tabla 7. *Naturaleza y características de los sectores Turístico y Cultural*

SECTOR	
TURÍSTICO	CULTURAL
Características	
<ul style="list-style-type: none"> • Lo conforman empresas privadas turísticas • Incorporan entre sus fines el uso de los recursos culturales • Dependen necesariamente de tener éxito en la obtención de beneficios económicos. • Los recursos culturales son valiosos en tanto hacen más interesante la oferta del destino. • Construyen sus productos incorporando la comercialización de manifestaciones o prácticas culturales. • Los bienes culturales se convierten en un reclamo promocional, en un (parte) producto. • Un producto cultural turístico debe especialmente estar interesado en la comodidad en su consumo (que el recurso o producto cultural sea accesible), la sencillez (que pueda ser comprendido por un número potencial de consumidores), la distancia (cercanía del destino turístico en donde se sitúan el resto de actividades) y el tiempo que conlleva su consumo (prefieren corto plazo). 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Son mayoritariamente actores públicos</i>²¹. • Se persigue la obtención de fines sociales y, en general, no existe un interés lucrativo. • El valor de los bienes culturales está relacionado con su propia existencia, conservación es la tarea principal. • Aprecio por el valor simbólico de los bienes culturales propios. • La actividad central es la protección de los bienes culturales y la sostenibilidad en su uso y permitan el disfrute. • Las manifestaciones culturales no forman parte de un producto mayor, son una razón en sí mismas y los bienes deben ser objeto de contemplación, disfrute y reflexión. • Los bienes culturales reúnen principales características: autenticidad, capacidad simbólica, singularidad y belleza. • Sus motivaciones son el disfrute intelectual, la posibilidad de aprender y el entretenimiento.
Percepción del turismo cultural	
Una oportunidad para comercializar valores culturales y obtener beneficios económicos	Una oportunidad para difundir valores culturales.
Críticas al otro sector	
Crítica al sector cultural: La oferta es rígida, no se adapta a diferentes perfiles, es intransigente y, en muchos de los casos, no reúne los parámetros básicos de un producto turístico comercializable.	Crítica al sector turístico: Apropiación de bienes colectivos para el uso privativo, banalización de los símbolos culturales y falta de sensibilidad para reconocer otras facetas en los bienes, más allá de su capacidad de reclamo comercial y lucrativo.
Objeto de Ley en El Salvador	
Estimular el desarrollo de actividad turística, contribuyendo al crecimiento económico y social, basada en la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad y rentabilidad (<i>Ley de Turismo</i>)	Desarrollo, protección y promoción de la cultura, reconociendo a los pueblos indígenas, manteniendo y desarrollando su identidad étnica y cultural. (<i>Ley de Cultura</i>)

Fuente: elaboración propia, Apud en Pulido Fernández, et al. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.27-30.

²¹ La cultura ha sido un ámbito que, hasta hace muy poco tiempo, no ha despertado el interés del sector privado. Hoy existe un tejido empresarial creciente que se dedica al mundo de la cultura, pero su posición, comparado con el de los actores públicos, sigue siendo minoritaria.

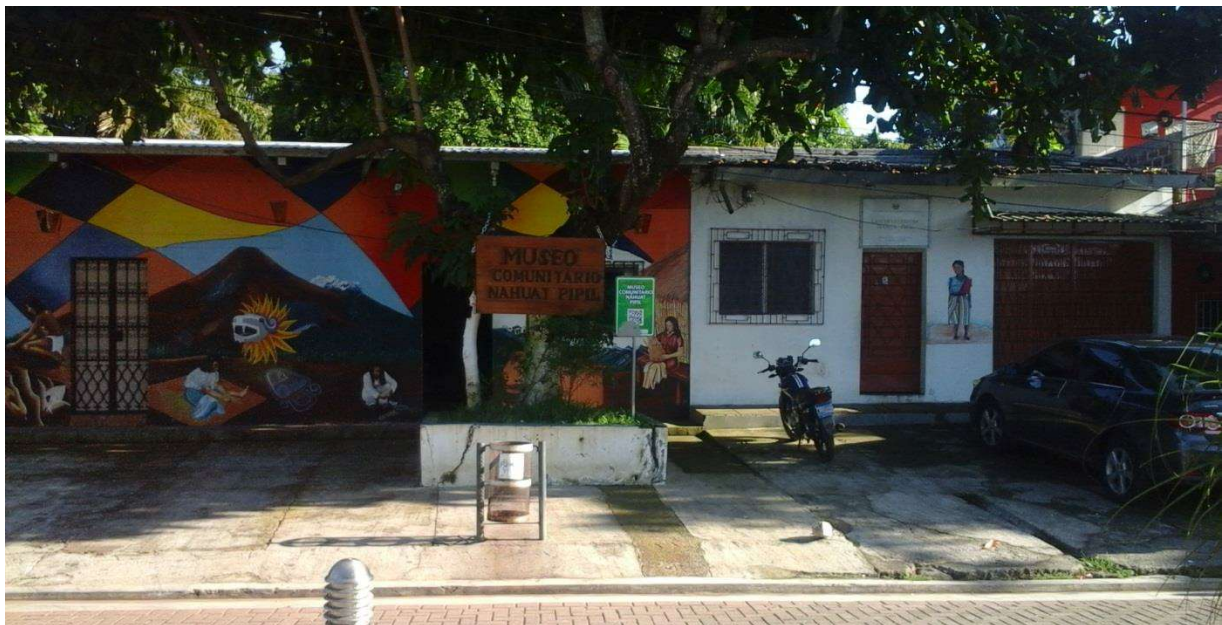
En razón de la tabla anterior, se sintetiza a continuación en los criterios que diferencian a estos sectores y como observan el fenómeno del turismo cultural (*Ver tabla 8*).

Tabla 8. *Diferencias entre el Sector Cultural y el Sector Turístico*

CRITERIOS DIFERENCIALES	SECTOR	
	TURÍSTICO	CULTURAL
<i>Actores</i>	Sector privado	Sector público y tercer sector
<i>Fin primordial</i>	Busca beneficios económicos	Búsqueda de beneficios sociales
<i>Actividad o gestión básica</i>	Comercializar	Proteger y difundir
<i>Valores atribuidos</i>	Valor de uso (<i>aumenta atractivo</i>)	Valor simbólico (<i>identidad...</i>)
<i>Destinatarios</i>	Turistas y excursionistas	Consumidor cultural
<i>Motivación</i>	Ocio, viajar	Disfrute intelectual y entretenerse.
<i>Principales atracciones de los bienes</i>	Comodidad, sencillez, distancia	Valor cultural, singularidad, belleza, único, paisaje cultural.
<i>Crítica del sector</i>	Banalización de símbolos culturales y falta de sensibilidad.	Oferta rígida, no se adapta a diferentes perfiles de un producto turístico comercializable.
<i>Percepción del Turismo Cultural</i>	Oportunidad del uso de recursos culturales con fines lucrativos.	Oportunidad de difundir valores
<i>Objeto de Ley (El Salvador)</i>	Crecimiento económico y social, competitivo y rentable (<i>Ley de Turismo</i>)	Desarrollo, protección y promoción de la cultura. (<i>Ley de Cultura</i>)

Fuente: Apud en Pulido Fernández, et.al (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, p.28.

Esta relación sinérgica del binomio entre *turismo* y *cultura*, ha sido objeto de una amplia reflexión y estudio por parte de distintos organismos internacionales (*Ver anexo 4*).



Fotografía 5. *Gestores del sector turístico y del sector cultural de Nahuizalco.*

Estampa que muestra a la izquierda la ubicación del Museo Náhuat-Pipil (*representante del sector turístico*) y a la derecha La Casa de la Cultura gestor de la las actividades culturales. Buen inicio de sinergia de ambas partes al residir de forma vecina. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: Octubre 2016.*

2.3.2 Afinidad entre el turismo y la cultura

El *sector turístico* y el *sector cultural* parten de posiciones diferentes, sin embargo, en la actualidad existen factores que favorecen su acercamiento²²:

- El turismo cultural se construye sobre la sostenibilidad para generaciones futuras.
- Cada vez hay más asociaciones y fundaciones implicadas en el turismo cultural.
- Los turistas en general, y los turistas culturales en particular, tienen más experiencia y exigen más, su motivación se relaciona el ocio cultural y de disfrutar aprendiendo.
- Las personas que trabajan en el *sector cultural* y en el *sector turístico* tienen que conseguir productos turísticos que permitan una experiencia de calidad.
- Una demanda cada vez más segmentada genera públicos muy diferentes, por eso los productos no pueden centrarse en un solo perfil.
- Ambos sectores saben que el aprendizaje se convierte en una fórmula clave, *aprender de manera entretenida*.

La *Organización Mundial de Turismo (OMT)* como organismo rector mundial del turismo, advierte que la combinación de *turismo* y *cultura* es un motor potente atenuante de la pobreza y bienestar de los pueblos (*Ver anexo 5*).

Se trata de que ambos sectores, comprendan que además del *valor existencia* y del *valor de consumo* de los productos culturales; puede ser de interés sacar rendimientos al *valor de uso*. La **tabla 9** revela los factores de afinidad entre el *sector cultural* y el *sector turístico*.

Tabla 9. Factores de afinidad entre el sector cultural y el sector turístico

<i>Factores de afinidad</i>	Turismo Cultural
<i>Actores</i>	Colaboración entre sectores
<i>Nuevos fines</i>	Sostenibilidad y accesibilidad al público
<i>Actividad gestión básica</i>	Experiencias turísticas controladas, pero de calidad
<i>Destinatarios</i>	Turistas culturales experimentados
<i>Motivación</i>	Ocio cultural: <i>Disfrutar aprendiendo</i>
<i>Cómo usan los bienes</i>	Aprendizaje, utilizan el mismo recurso
<i>Valores atribuidos</i>	Diversificar productos para garantizar competitividad
<i>Principales atracciones</i>	Gestionar valor uso: nuevos usos, conciencia escasez
	Es mejor adaptarlo en atracción turística

Fuente: Apud en Pulido Fernández, *et.al* (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, p.32.

²² Discrepancias entre La Alcaldía de Atiquizaya (*Ahuachapán*) y *SECULTURA*, demoran remodelación del parque San Juan, con una inversión de \$122 mil dólares. Los primeros pretenden conservar la ubicación y las dimensiones actuales de los establecimientos para no limitar la actividad comercial, los segundos piden que todos los negocios tengan igual tamaño y en un mismo sector (*costado sur del parque*). La Alcaldía aún espera una resolución favorable. Cfr: *El Diario de Hoy. En Atiquizaya no remodelan parque por discrepancias con SECULTURA. Viernes, 18 de noviembre de 2016, p.96.*

2.4 Conceptos en evolución: *turismo, cultura y turismo cultural*

Una vez simplificada la compleja relación *turismo y cultura*, se exponen en detalle cada uno de estos términos, con el propósito de concluir en sus propias definiciones.

2.4.1 Definir turismo

El turismo es un fenómeno socialmente significativo a partir de la década de los cincuenta del siglo XX. Es entonces cuando la organización sociopolítica, denominado Estado de bienestar, hace posible que por primera vez en la historia; un gran número de ciudadanos dispongan de tiempo libre y recursos excedentes para dedicarlos al ocio. El momento coincide con los avances tecnológicos que revolucionaron los medios de transporte y la extensión de los medios de comunicación de masas. El viaje (*desplazamiento*), que existió siempre, alcanza una escala que desencadena el fenómeno que hoy conocemos como *turismo*²³.

El turismo es una actividad reciente, aún en construcción, un fenómeno intrínsecamente transversal sobre la que se lleva pocos años de reflexión por múltiples disciplinas científicas. Pulido Fernández, *et al.* (2013: p.17). Expone que cada autor que trabaja sobre el turismo lo hace desde las teorías y conceptos que dominan su ámbito de conocimiento y esto termina por trasladarse a las definiciones propuestas. Este debate intelectual es muy fructífero, aunque no siempre resulte sencillo ni esclarecedor (*Ver tabla 10*).

Tabla 10. *Teorías y conceptos del turismo por parte de múltiples disciplinas científicas*

Disciplina científica	Perspectiva o punto de vista intelectual
<i>Economistas</i>	Destacan su capacidad para generar divisas y lo abordan como un sector económico con especificidades.
<i>Sociólogos</i>	Un fenómeno caracterizador de las sociedades actuales en un doble sentido, impacta en las sociedades de acogida y pautas de comportamientos de las personas que lo practican, los turistas.
<i>Antropólogo</i>	Comportamientos de participantes del turismo y su cultura.
<i>Geógrafos</i>	Observan cómo el uso del territorio para fines turísticos modifica las características de aquél y genera dinámicas de interés.
<i>Ciencia política</i>	Es de interés el papel que asumen los gobiernos y los decisores públicos y el diseño e implantación de planes y programas.
<i>Juristas e Historiadores</i>	Todos observan el avance, desarrollo y cambio de esta actividad.

Fuente: *Elaboración propia:* Apud en Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.17.

²³ El gran potencial del turismo de convertirse en agente de cambio positivo en las comunidades de todo el mundo, ha propiciado que tenga su propio día de celebración a nivel internacional: “*El Día Mundial del Turismo*” (DMT); **se celebra el 27 de septiembre de cada año**, fecha oficial fijada en el calendario de las Naciones Unidas; su objeto es sensibilizar a la comunidad internacional de la importancia del turismo y de su valor *social*.

Esta misma perspectiva de *turismo* es precisamente la que realizó el Antropólogo *Carl Hartman*²⁴ con la Cultura *Náhuat-Pipil*, desplazándose de su natal Suecia, y en una misión asignada en la década de 1890, inicialmente en botánica, antropológica y etnográfica, culmina ampliamente con la mirada de un *turista cultural*. Práctica turística que involucró sus conocimientos de antropólogo al investigar los comportamientos de un pueblo *Pipil* que visualizó con asombro, a pesar de su amplia experiencia con otros poblados indígenas de México y la región centroamericana (**Referirse Anexo 2**).

Pulido Fernández, *et al.* (2013:p.18), argumenta brevemente tres criterios (*o grupos*) en las que se fundamentan las definiciones de turismo (**Ver tabla 11**):

Tabla 11. *Criterios en las que se fundamentan las definiciones de turismo*

Criterios de la definición de turismo	Descripción en las que se fundamenta la definición
<p><u>Criterio 1: una disciplina concreta</u> Definiciones que suelen centrarse en alguna de las facetas de la actividad turística (<i>económica, geográfica, otras</i>).</p>	<p>Todas estas definiciones son útiles, pero por lo general, son parciales y acentúan algunas de las características del turismo. Se puede definir el turismo como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una actividad económica • Un conjunto de actividades de producción y consumo • Una práctica social de naturaleza espacial.
<p><u>Criterio 2: la observación de turista</u> Definiciones se centran en las características del sujeto que realiza la actividad: <i>el turista</i>.</p>	<p>La definición más citada, elaborada por la OMT (2013): “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales, de negocios o profesionales”.</p> <p>Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades²⁵.</p> <p>En El Salvador, el artículo 2 lit a), Ley de Turismo²⁶ define: <u>Turismo o actividad turística:</u> <i>Actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de recreación o descanso.</i></p>
<p><u>Criterio 3: La idea de sistema</u> Definiciones que parte de la idea de <i>sistema</i>. Un sistema es un conjunto de elementos que se relacionan y generan procesos dinámicos.</p>	<p>La idea de sistema tiene una gran capacidad metafórica y permite centrarse tanto en los elementos específicos que lo conforman, como en las dinámicas de relación entre ellos. La idea de <i>sistema turístico</i> dirige la atención a las dinámicas y relaciones que vinculan a turistas, empresas, actores públicos y sociedad civil cuando se trata de atraer a visitantes en un espacio determinado.</p>

Fuente: Elaboración propia: Apud en Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.18.

²⁴ **Carl Vilhelm Hartman** (Botánico, Etnógrafo y Arqueólogo); Nació en la ciudad Örebro, Suecia en el año de 1862 y murió en Estocolmo, el 19 de junio de 1941. Fue seleccionado por el explorador y etnógrafo noruego *Carl Lumholtz*, para estudiar a los indígenas de México y los Estados Centroamericanos en el uso de las plantas. En los años de 1896 a 1899, realizó un estudio de campo etnográfico y arqueológico sobre la población *Pipil* de El Salvador denominado “*Reconocimiento etnográfico de los Aztecas en El Salvador*”, además de datos culturales y mitológicos. Siendo uno de los pocos investigadores de finales del siglo XIX que documentó sus observaciones con fotografía utilizando negativos de plata.

²⁵ Es una definición útil para fines estadísticos, delimita el sujeto que la realiza y la actividad que ha de observarse, pero no reflexiona sobre la naturaleza del turismo, ni sobre su contenido.

²⁶ Decreto Legislativo N° 899, Diario Oficial. N° 237, Tomo 369, San Salvador, El Salvador, 20 diciembre 2005.

El turismo es un fenómeno complejo que es extremadamente difícil de describir de manera breve y precisa. Cualquier *modelo de turismo* debe reflejar la composición, o los componentes, del sistema turístico, así como los procesos y resultados clave que ocurren dentro de esta actividad y que son esencia misma del turismo. Para propósitos de esta consultoría se atenderá el tercer criterio de la definición de turismo, es decir que la investigación se enfoca: *en la suma de todas las posibles relaciones que pueden darse entre los tres elementos básicos del Sistema Turístico (Vid. Infra. Pág.47)*

2.4.2 Definir cultura

Si el *turismo* es un fenómeno propio del siglo XX, la *cultura* es indispensable al hombre. El término *cultura* ha sido objeto de debate desde la antigüedad²⁷. Desde el siglo XVIII el término ha sido objeto de reflexión de grandes teóricos, convirtiéndose en uno de los conceptos que más interés y preocupación despierta entre los científicos sociales. Pulido Fernández, *et al.* (2013:p.20), integra tres enfoques de las definiciones del concepto cultura (**Ver tabla 12**):

Tabla 12. *Enfoques de las definiciones de cultura*

Enfoque de la definición de cultura	Descripción de enfoque
Enfoque cognitivo	La cultura es el conocimiento acumulado o el conjunto de erudiciones y <i>recursos intelectuales</i> que se acumulan mediante un proceso determinado de aprendizaje. Es decir, la cultura sería los saberes que debe dominar un ciudadano <i>culto</i> . Este conjunto de saberes hace más ricas a las sociedades.
Enfoque expresivo	Para la cultura es la suma de las prácticas o expresiones que el ser humano ha desarrollado en su proceso de adaptación y creación de su medio vital: <i>el lenguaje, el arte, el derecho, la historia, la política</i> , otros. Por tanto, la suma de las expresiones que superan los procesos meramente biológicos. En El Salvador, el artículo 3 lit a), Ley de Cultura ²⁸ define: Cultura: conjunto de valores y creencias que dan forma, orientan y motivan el comportamiento de las personas...cuya génesis reside en la dimensión humana... que se expresa en realidades tangibles e intangibles.
Enfoque interpretativo	La cultura es la capacidad que tienen las diferentes sociedades de dotar de significado o valor a las prácticas o expresiones anteriores.

Fuente: **Elaboración propia**, *Apud* en la idea de Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.20.

²⁷ El término se utiliza inicialmente en el latín con el significado de *cultivo de la tierra* y con el paso del tiempo, y por extensión, se aplicó al *cultivo* de los hombres.

²⁸ Decreto Legislativo N° 442, Diario Oficial. N° 159, Tomo 412, San Salvador, El Salvador, 30 agosto 2016.

A pesar que la *Ley de la Cultura* orienta su definición a un enfoque *expresivo*, esta consultoría enfoca *la cultura* en una mezcla de los tres enfoques anteriores, es decir que la cultura sería el conocimiento acumulado, más todas las prácticas y expresiones sociales de una comunidad, así como sus significados y valores (*Ver figura 6*).

Figura 6. Definición de cultura en un sentido amplio



Fuente: Apud: Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.21.

A manera de ejemplo: *La cultura popular salvadoreña, sería la suma de: todas las manifestaciones artísticas, literarias, arquitectónicas, pictóricas, otros., creadas por autores salvadoreños; más las prácticas y costumbres medicinales de los pueblos originarios y el valor que los propios salvadoreños dan a esas y otras experiencias relacionadas con su identidad.*

2.4.3 Definir turismo cultural

A partir de la década de los ochenta del siglo XX, aumenta de manera significativa la práctica del *turismo cultural*. Este incremento está relacionado con la importancia creciente que las sociedades dan al valor *cultura*. Durante décadas, el consumo estaba relacionado con la idea de acumulación de bienes, sin embargo, las personas empezaron a consumir bienes o servicios para distinguirse, para ser consideradas más sofisticadas, más informadas o más cultas. Esta distinción se concentra, en especial, en *consumo de cultura*. Y esta práctica *consumista de lo cultural* se ve reforzado por la irrupción de otra dimensión: el consumo se centra de manera creciente en *experiencias*. Y *la cultura* es un espacio idóneo para ello.

Haulot. A (2009: p.71) tiene su propia percepción de turismo cultural²⁹:

²⁹ Arthur Haulot, no se limita a demostrar el enriquecimiento moral que beneficia a los adeptos del *turismo cultural*; denuncia también a aquellos que con espíritu mercantilista proponen un prefabricado *seudocultural* que el consumidor saboreará sin esfuerzo, pero también sin enriquecerse.

Turismo cultural: ¿Pariente pobre de la gran familia de los tiempos libres?

El hombre no desdén utilizar sus músculos cuando se encuentra de vacaciones: *de la caminata a los baños de mar, del tenis al alpinismo, el abanico es muy amplio*. Lo esencial es pedir a los músculos algo más que el esfuerzo del trabajo diario. *¿Por qué no hacer lo mismo con el cerebro?* El festival de Tabarka empleó el más bello de los lemas: *"No quiero broncearme manteniéndome idiota"*. En un mundo tan vasto, no sólo en sus tres dimensiones geométricas sino también en la del tiempo, *¿cuántas maravillas se ofrecen a quienes quieran aprehenderlas!*

En los años ochenta, comienzan los estudios sobre turismo cultural, de la mano de los análisis sobre *motivación turística* y sobre *tipologías de turistas*. Estudios de especial importancia para el marketing que busca una segmentación del mercado. En este contexto, cuando se multiplica la demanda de bienes y servicios culturales porque *consumir cultura* se ha convertido en un factor de distinción social y cuando los expertos en turismo enfocan demandas segmentadas y productos específicos es cuando aparecen las primeras definiciones sobre turismo cultural. También surge un problema principal: *¿Todo el turismo es turismo cultural?*, al fin y al cabo, todo turismo implica el contacto con otra sociedad o *¿Es posible hablar de una forma de hacer turismo más relacionada con la cultura?* Para dar respuestas a estas interrogantes, la **tabla 13** propone las definiciones más comunes de turismo cultural.

Tabla 13. *Propuesta de las definiciones de turismo cultural*

Propuesta de la definición de turismo cultural	Definición de turismo cultural
OMT y la UNESCO (1985) Proponen una definición amplia	<i>"Todo desplazamiento turístico, ya que cualquier tipo de turismo contribuye a satisfacer la necesidad humana y tienden a aumentar el nivel cultural del individuo y a ocasionar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros"</i> .
OMT Propone una definición más precisa	<i>"Los movimientos de personas con motivaciones básicamente culturales, tales como circuitos de eventos culturales y de artes, viajes a festivales, visitas a monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el folclore o el arte, así como peregrinaciones"</i> .
Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS:1991) Propone una definición centrado en el turista cultural: <i>quien consume productos culturales (exposiciones, museos, arquitectura, arte, música, danza, festivales, lenguas o dialectos autóctonos, manifestaciones religiosas o folclóricas...)</i>	<p>Definición conceptual: <i>permite observar la esencia del fenómeno.</i> <i>"El desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales"</i></p> <p>Definición técnica: <i>investiga al turista cultural por su consumo.</i> <i>"Cualquier movimiento de personas hacia atracciones culturales, como sitio de patrimonio, manifestaciones artísticas y culturales música, teatro o danza, fuera de su lugar habitual de residencia"</i>.</p>

Fuente: *Elaboración propia, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). Turismo Cultural. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.22.*

Además, como se ha expuesto anteriormente, las definiciones de *turismo* tienen distintos puntos de partida y la *cultura* diversos enfoques. Por lo tanto, todas las definiciones de *turismo cultural* llevan implícito un punto de vista determinado sobre *qué es el turismo* y un enfoque concreto *sobre la cultura*. En la **tabla 14** pueden observarse las posiciones de las diferentes definiciones mencionadas.

Tabla 14. *Definiciones del turismo cultural*

		CULTURA COMO...	
AL DEFINIR TURISMO SE PARTE DE...		<i>Conjunto de saberes y conocimientos cultos</i>	<i>Saberes, expresiones y valores de las sociedades</i>
	<i>Desplazamiento</i>		<p>Todo desplazamiento turístico, ya que contribuye a satisfacer la necesidad humana de diversidad y tienden a aumentar el nivel cultural del individuo y a ocasionar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros (<i>OMT/UNESCO</i>).</p> <p>El desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales (<i>ATLAS</i>)</p>
	<i>El Turista cultural</i>	<p>Movimientos de personas con motivaciones básicamente culturales, tales como circuitos de estudios culturales y de artes del espectáculo, viajes a festivales u otros eventos culturales, visitas a monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el folclore o el arte, así como peregrinaciones (<i>OMT</i>).</p> <p>Movimiento de personas hacia atracciones culturales, como sitio de patrimonio, manifestaciones artísticas y culturales música, teatro o danza, fuera de su lugar habitual de residencia (<i>ATLAS</i>).</p>	
	<i>Sistema</i>	<p>Conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos (turistas, empresas, agentes públicos y agentes del tercer sector) con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a los turistas disfrutar de manifestaciones culturales en un entorno distinto al habitual (citado en Pulido Fernández, et al. (2013:p.23).</p>	<p>Conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos y agentes sociales con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a otros ciudadanos tener contacto con una sociedad distinta a la de su entorno habitual (citado en Pulido Fernández, et al. (2013:p.23).</p> <p>Criterio de esta consultoría.</p>

Fuente: Apud, Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.24.

Esta consultoría, atiende el criterio de la definición de *turismo* como sistema, y adopta la *cultura* en una combinación: del conjunto de saberes, conocimientos, expresiones, manifestaciones o prácticas culturales de las sociedades, que hacen a la sociedad ser *más cultos*.

Por tanto, para propósitos de esta investigación se define ***Sistema Turístico Cultural***:

Es el conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos y agentes sociales, con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a los turistas; disfrutar de manifestaciones culturales, artísticas y patrimoniales; en un entorno y una sociedad distinto al habitual.

El turismo cultural es tan plural y heterogéneo como lo son los turistas y las expresiones y manifestaciones culturales que lo sustentan. Cuando alguien consume el producto básico de *Sol y Playa*, las actividades que realiza en un lugar o en otro son equivalentes. Pero el turismo cultural es profundamente distinto si uno pasea por una ciudad media de Sur América o si uno visita una comunidad indígena de Nahuizalco en la falda la cordillera *Apaneca-Ilamatepec*. En este sentido, Donaire (2012, citado en Pulido Fernández, et al. 2013:p.25) identifica cuatro tipos básicos de turismo cultural: **(Ver tabla 15)**

Tabla 15. *Tipos básicos de turismo cultural*

Tipos básicos de turismo cultural	Descripción de los tipos básicos de turismo cultural
<i>Turismo culto</i>	Es el turismo cultural realizado por turistas especialmente motivados y preparados. <i>El elemento clave es el turista culto</i> , que se acerca a cualquier espacio o manifestación cultural intentando interpretar su sentido último. Es su interés y su motivación lo que hace una experiencia de turismo cultural.
<i>Turismo de la cultura (monumental)</i>	Su objetivo es la visita a determinados bienes o manifestaciones culturales. La importancia que la sociedad da a algunos monumentos o manifestaciones culturales es tan alta que los convierte en iconos que <i>deben ser</i> visitados como alguien interesado por la cultura.
<i>Turismo del patrimonio</i>	Es el turismo cultural cuyo objetivo es la visita o contemplación de bienes del patrimonio cultural. A esta categoría pertenecen aquellos que se consideran como <i>la herencia cultural del pasado de cada sociedad</i> . Este vínculo con la historia los convierte en objetos con gran capacidad de comunicación ya que contemplándolo podemos entender cómo fueron otros tiempos.
<i>Turismo de las culturas (Etnográfico)</i>	Es el turismo cultural cuyo objetivo es la comprensión de una cultura viva. Está directamente relacionado con una reciente ampliación del concepto de patrimonio que incluye el <i>patrimonio inmaterial</i> . En este caso el objeto central de interés del turista es <i>la comprensión de otras culturas vivas</i> , la cercanía a otras sociedades y personas que viven de manera diferente en el lugar que se visita.

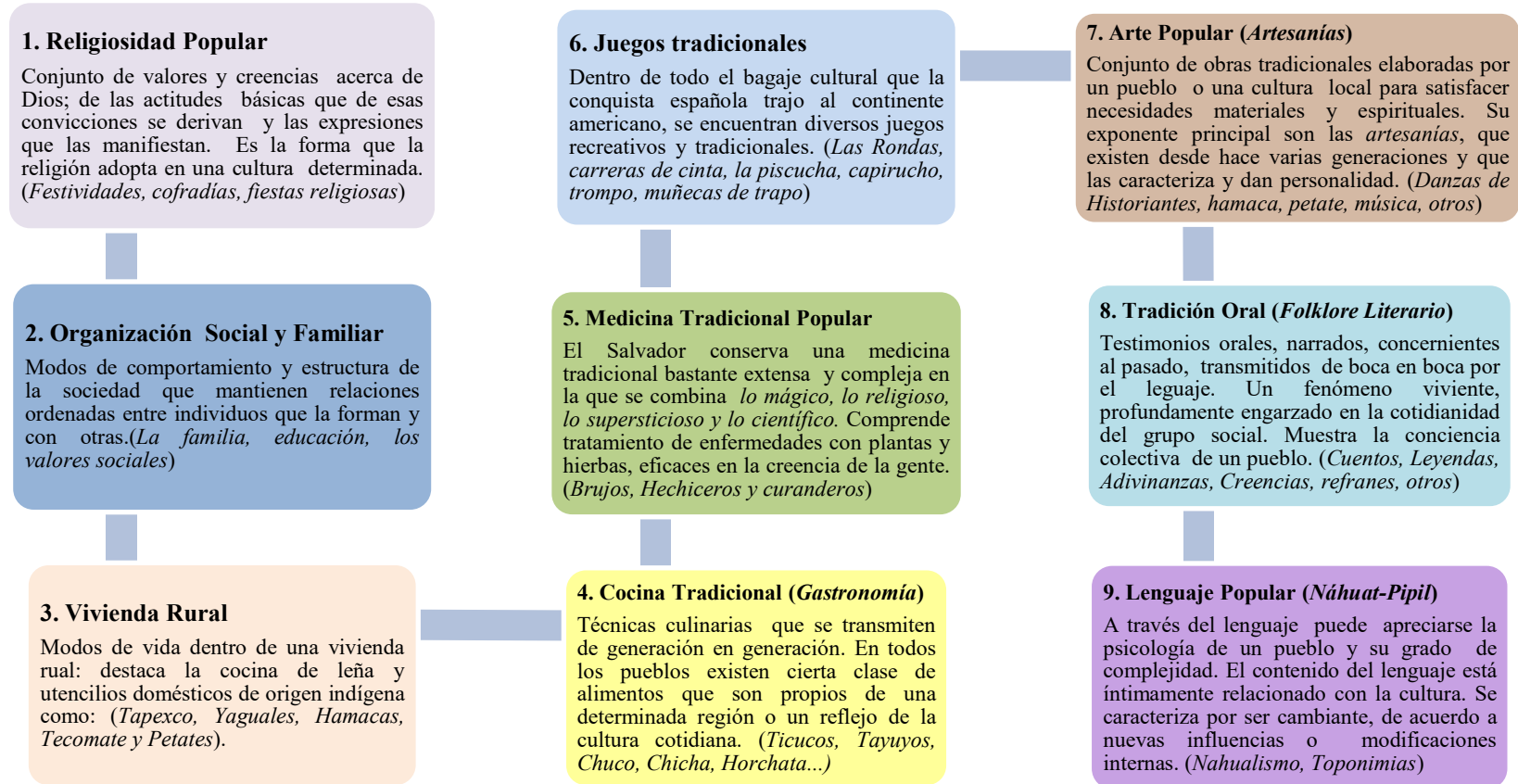
Fuente: Elaboración propia, Apud; la idea de Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.23-25.

Para propósitos de esta consultoría, la investigación se centra en el *Turismo Cultural Etnográfico Náhuat-Pipil*, es decir estudia la comprensión de un patrimonio histórico como herencia cultural de origen del pasado y la comprensión de una cultura viva de origen indígena que incluye el patrimonio inmaterial (*costumbres y tradiciones*) propias de Nahuizalco. Para comprender profundamente la identidad cultural *Náhuat-Pipil*, es ineludible el estudio de la Etnografía de El Salvador (*Cultura Popular Salvadoreña*).

2.5 Cultura popular (*Etnografía*) de El Salvador

La cultura popular salvadoreña (*Etnografía*³⁰) es heterogénea y compleja en sus diversas expresiones y manifestaciones culturales que le sustentan. La **figura 7** muestra los aspectos relevantes y que sirven de valioso apoyo para la Etnografía de El Salvador (*Ver anexo 6*).

Figura 7. Aspectos relevantes de la Cultura Popular Salvadoreña



Fuente: Elaboración propia, Apud; Ministerio de Cultura y Comunicaciones. Departamento de Etnografía. *Etnografía de El Salvador* Primera edición. Dirección de Publicaciones del Ministerio de Cultura y Comunicaciones. San Salvador 1985.

³⁰ Del griego: *ethnos* (pueblo) y *grapho* (escribo); literalmente (*descripción del pueblo*) conocida también como ciencia o cultura del pueblo, un estudio sistemático de personas y culturas. Es una de las herramientas investigativas como una rama de la antropología social o cultural. Sus datos recopilados consisten en la descripción densa y detallada de costumbres, creencias, mitos, genealogías, historia, lenguaje, otros. Por ello la etnografía emplea el método cualitativo de investigación. Hay una distinción entre *etnografía* y *etnología*, la primera realiza un estudio de campo de la cultura, mientras la segunda realiza comparaciones culturales entre pueblos.

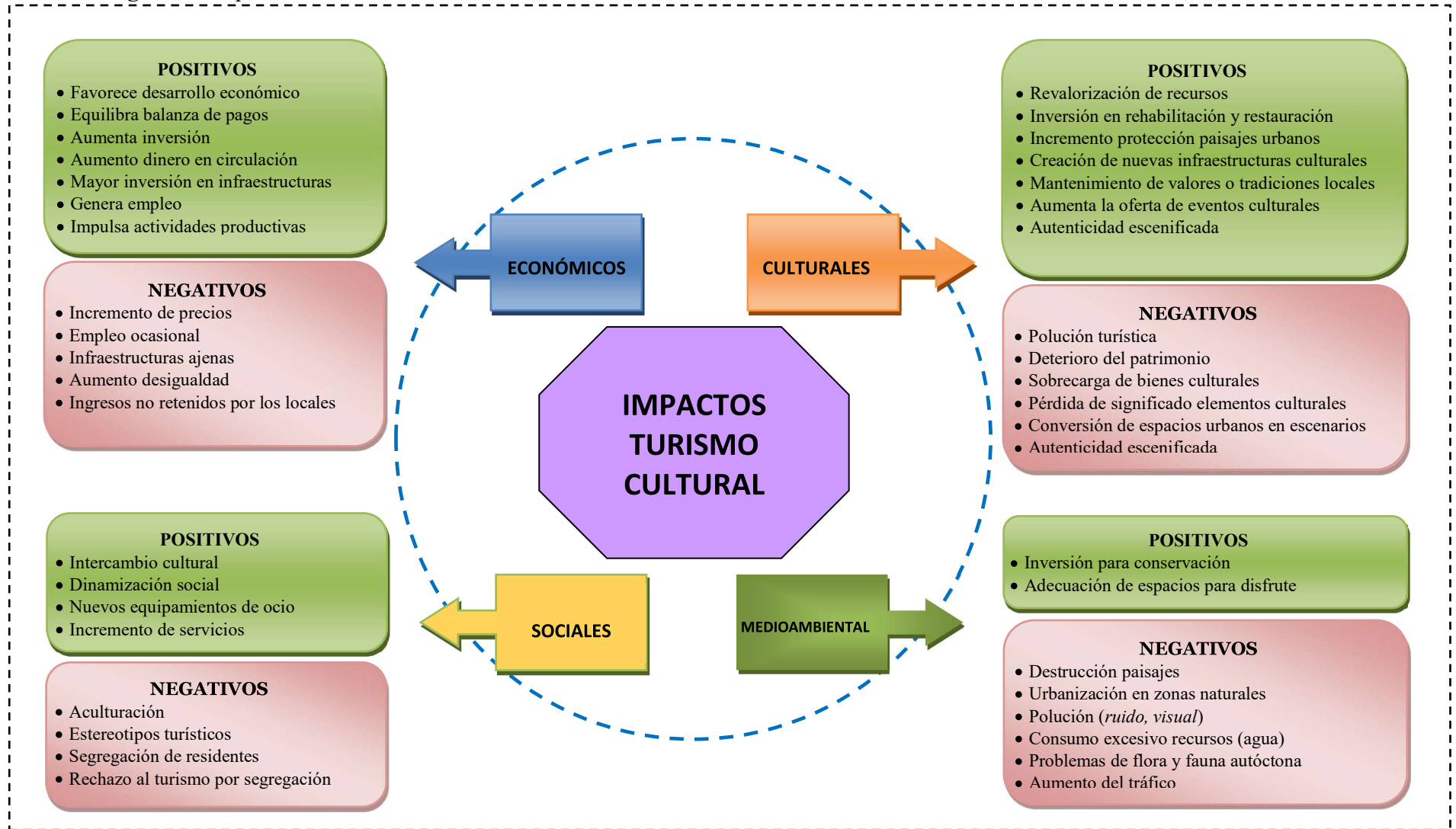
2.6 Impactos del turismo cultural

En la última década, numerosos expertos en turismo coinciden, que gracias al *turismo cultural*: se rehabilitaron patrimonios culturales, se han recuperado tradiciones y costumbres; sobre todo en modelos de desarrollo turístico que intentan convertirse en alternativas más centradas en la comunidad, con actividades turísticas que se convierten en un revulsivo económico con efectos más distribuidos en la calidad de vida de sus habitantes. Sin embargo, no todo es positivo, también enfrentan diversos impactos negativos.

La intensidad de los impactos del turismo cultural dependerá de varios factores: tamaño del destino, dimensión del sector turístico, el grado de desarrollo y la dependencia de su economía condicionan los *impactos económicos*, mientras que la fragilidad de los bienes aumenta la posibilidad de impactos negativos *culturales y medioambientales*. Su conexión con la *dimensión social* abre un nuevo interrogante central sobre cuáles son las dinámicas de relación e intercambio *cultural* y el concepto de autenticidad. Se ha avanzado en la extensión de una gestión profesionalizada de *la cultura*, tanto en relación con su conservación, como en su uso, a pesar de ello, sigue siendo una asignatura pendiente. Varios de estos debates son antiguos, pero siguen señalando los problemas más profundos del turismo cultural.

Antes de estudiar de forma profunda esta tipología de turismo a lo largo de este marco teórico, es necesario comprender sus *impactos positivos* sobre todo en el despegue de la actividad turística y sus múltiples beneficios: (*desarrollo económico, aumento de inversión general en las zonas turísticas, favorece el intercambio cultural entre los ciudadanos...otros*) y los *impactos negativos* donde la intensificación y diversificación de la actividad turística, muestra de manera clara que también supone impactos como: (*incremento de precios que afecta a la población local, desigualdad económica entre ciudadanos, extensión de estereotipos turísticos, destrucción de los referentes de la cultura, sobrecarga de los bienes culturales y naturales...otros*). Sobre estos últimos; para solucionarlos, hay que admitir como punto de partida, que los problemas son parte de la actividad y que el turismo cultural como otros ámbitos de la industria turística; se producen diversos conflictos que son necesarios enfrentar.

La **figura 8** advierte de forma integral los impactos positivos y negativos del turismo cultural, en las dimensiones económicas, sociales, medioambientales y culturales.

Figura 8. *Impactos del Turismo Cultural*

Fuente: *Elaboración propia*, adaptando la idea de Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p. 39 y 41.

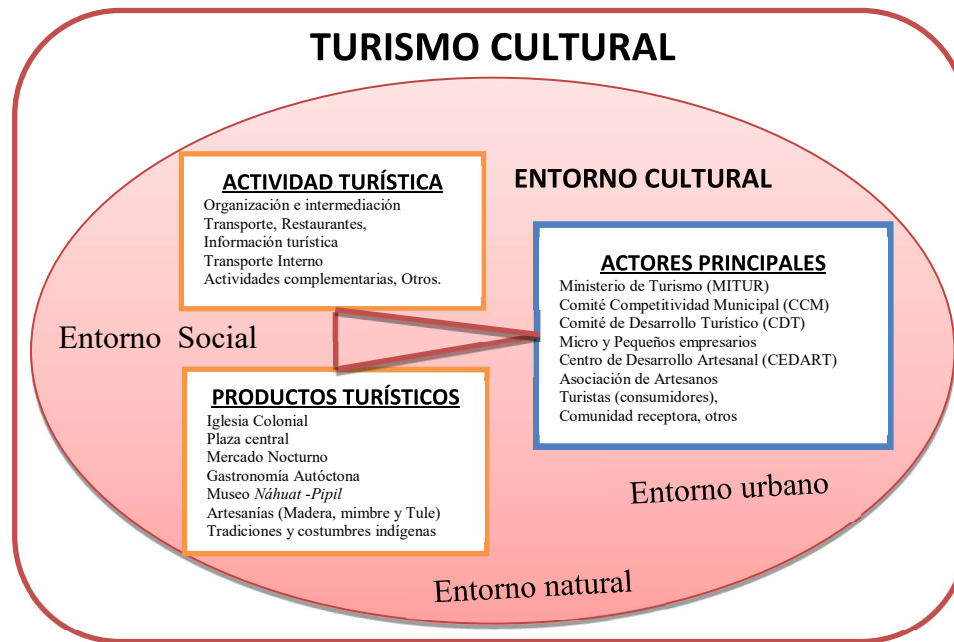
2.7 Sistema Turístico Cultural (STC)

Como se explicó en el apartado 2.4.3 de este capítulo (*Vid. Supra. Pág.40-41*) esta consultoría atiende la idea de *Sistema*, como criterio fundamental en la definición de turismo.

Pulido Fernández, et al. (2013: p.19), define el *Sistema Turístico Cultural (STC)* como:

La suma de las relaciones e interacciones que se producen entre cualquier *actor*, *actividad* o cualquier *producto* en un momento y espacio determinado, con el fin de atraer, acoger y proveer de actividades a ciudadanos ocasionales (*Ver figura 9*).

Figura 9. *Sistema Turístico Cultural (STC)*



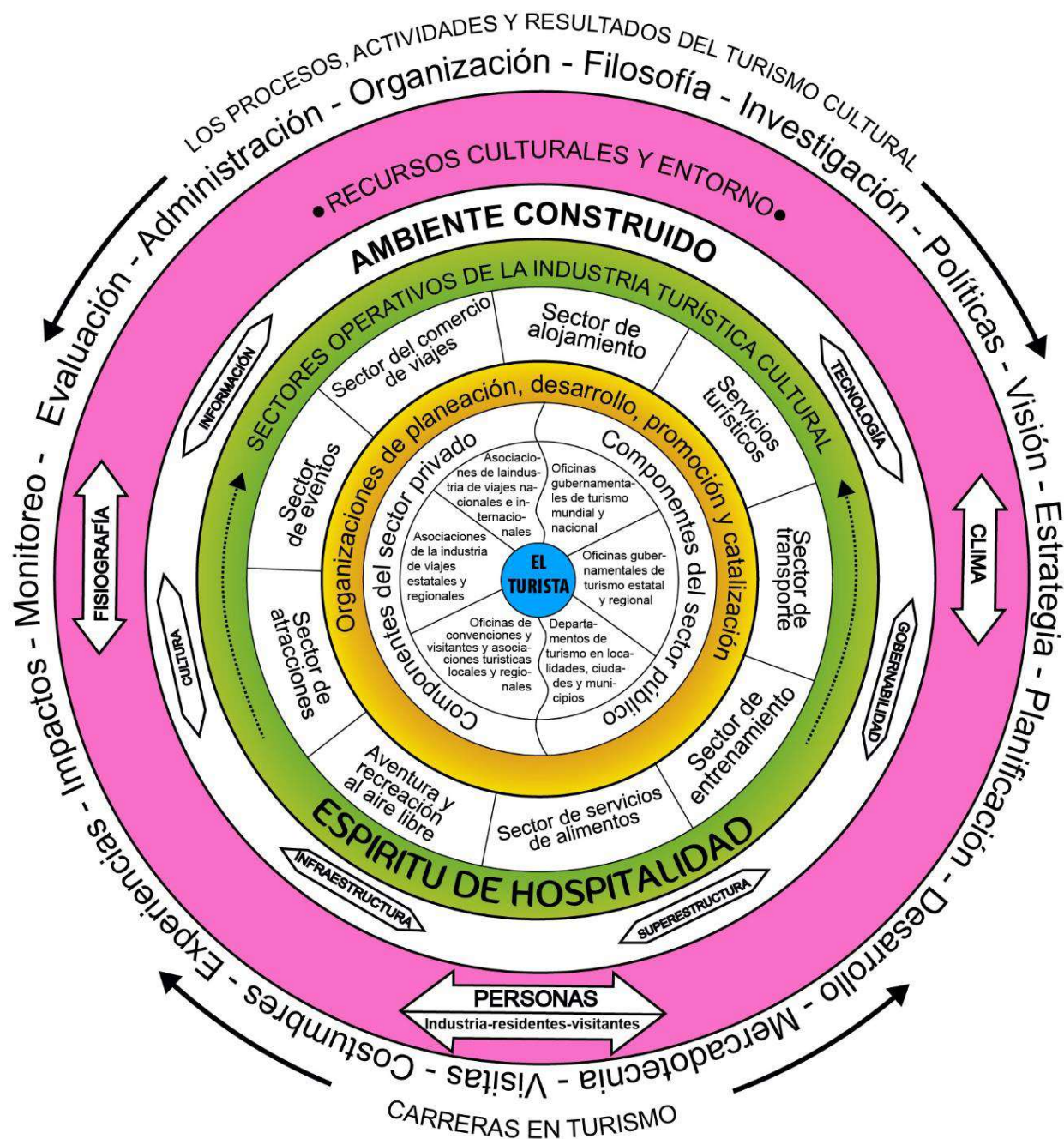
Fuente: *Elaboración propia, Apud en Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). Turismo Cultural. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.19.*

El *Sistema Turístico Cultural* tiene tres elementos básicos:

- 1) **Los actores turísticos:** agentes privados y públicos con competencia en la materia, así como los destinatarios básicos del turismo (*el consumidor turista, la sociedad civil, comunidad receptora o destino*). Además, se incorporan ONGs, asociaciones y fundaciones.
- 2) **Las actividades turísticas:** son las que hacen posible el turismo mediante la organización o intermediación (*transporte, alojamiento, manutención de los turistas o la provisión de bienes o servicios que enriquecen la estancia del turista*).
- 3) **Los productos turísticos:** son innumerables y están en constante evolución. Optamos por hablar de productos turísticos, en lugar de recursos, para centrar el estudio en la actividad real y no en la potencialidad que supondría un posible desarrollo de los recursos turísticos. Existen también múltiples clasificaciones, en este caso se han agrupado en cuatro entornos sin otra intención que ordenar su exposición (*Ver figura 9*).

Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011.p.13), comenta que el turismo es un fenómeno complejo difícil de describir en forma breve, el turismo cultural lo dimensiona. Cualquier *modelo de turismo* debe reflejar la composición del *Sistema Turístico*, así como los procesos y resultados clave que ocurren dentro esta actividad y que son esencia misma del turismo. La *figura 10* ilustra la interrelación de los componentes del *Sistema Turístico Cultural (STC)*.

Figura 10. Componentes del Sistema Turístico Cultural



Fuente: Apud Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011). *Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas*. 3ª Edición. México D.F. México: Editorial Limusa Wiley. P. 14.

Como se aprecia en la figura anterior, el turismo es un fenómeno complejo que es extremadamente difícil de describir en forma breve y precisa. Sin embargo, la **tabla 16** describe en resumen la compleja relación entre los componentes del *STC*.

Tabla 16. Breve descripción de los Componentes del Sistema Turístico Cultural

Componentes del Sistema Turístico Cultural	Descripción y relación de los componentes
El Turista	Es el corazón del Sistema Turístico, que sin duda se debe entender <i>qué</i> los motiva y los factores que influyen en su selección de destino.
Recursos culturales y entorno	Dimensión fundamental, la base misma de gran parte del turismo, que se caracteriza de modo único e inalterable por su fisiografía y su clima.
El ambiente construido	<ul style="list-style-type: none"> • La cultura: de residentes de un pueblo y su estilo de vida, propiedades que no se deben alterar por fomentar desarrollo turístico. • La infraestructura: recursos tan fundamentales como carreteras, redes de comunicación y diversas instalaciones comerciales; • Superestructura turística: recursos para atender la demanda de los visitantes, hoteles, restaurantes, centros de convenciones, otros. • La tecnología: una dimensión reciente y con influencia de los productos y/o servicios turísticos. • La información: habilidad para reunir, interpretar y utilizar la información de una manera efectiva. • Gobernabilidad: que rodea al turismo por su sistema legal, político y fiscal que regulan su funcionamiento.
Los sectores en la operación de la industria turística (Representan lo que gran parte del público en general percibe como <i>turismo</i>)	<p>Sector transporte, que representa el traslado de personas y los viajes,</p> <p>Sector de alojamiento, servicios de alimentos, atracciones, el sector de aventura y recreación al aire libre: es uno de los componentes de más rápido crecimiento del turismo.</p> <p>El sector de comercio de viajes y servicios turísticos: sectores menos glamorosos que vinculan al destino con el turista.</p>
Espíritu de hospitalidad	Elemento responsable de proporcionar experiencias memorables y de alta calidad, en un cálido ambiente de hospitalidad , mostrando una actitud amigable, acompañado de pequeños gestos que contribuyen a fomentar un ambiente, donde cada visitante debe sentirse que es más que una fuente de ingresos.
Organizaciones de planeación, desarrollo, promoción y catalización	Componente oculto del turismo; se trata de los visionarios creadores de políticas públicas, planificadores estratégicos e individuos y grupos que constituyen un determinante cada vez más fuerte del turismo.
Procesos, actividades y resultados del turismo	Es necesario entender la naturaleza de los procesos y actividades que rodean y se desarrollan dentro del sistema turístico y que al final crean los resultados que constituyen la esencia de este Sistema Turístico.

Fuente: Elaboración propia: Apud Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011). *Turismo*, Planeación, Administración y Perspectivas. 3ª Edición. México D.F. Editorial Limusa Wiley. P. 14.

El análisis de los componentes del *Sistema Turístico Cultural*, así como los procesos y resultados claves que ocurren dentro de esta actividad, serán desarrollados dentro del diagnóstico interno de esta consultoría (ver capítulo III).

2.8 La demanda del turismo cultural

El creciente interés del turista por *lo cultural*, ha convertido al turismo cultural en una de las tipologías que mayor crecimiento de flujos turísticos en los últimos años. Existe coincidencia, tanto en la mayoría de la literatura, como en los estudios realizados por diferentes organismos e instituciones, en que *la cultura* se ha convertido en un elemento de creciente motivación para el turista. Sin embargo, a nivel mundial la información disponible sobre la evolución de la demanda de turismo cultural (*el conocimiento acerca de sus motivaciones, comportamientos, expectativas o niveles de satisfacción*) se presenta: escasa, con un marcado carácter local, en periodos o destinos distintos, metodologías y datos dispares de comparación.

En este contexto, Pulido Fernández, *et al.* (2013), expone cierta cautela en el manejo de la información disponible³¹:

Ante la ausencia de información fiable, se generalizan algunos tópicos, algo que, desgraciadamente, es muy habitual en el mundo del turismo, extendiéndose la creencia de que el mercado del turismo cultural en su conjunto está aumentando, cuando, de hecho, ese aumento se limita a determinadas regiones y momentos. (p.47).

El análisis de la demanda de turismo cultural, es una tarea de profunda complejidad; por la escasez de información para esta tipología turística y el escaso e irrelevante interés estructural. Incurriendo para su estudio de este segmento de la demanda turística, en obtener evidencias que permitan explicar el actual comportamiento y las tendencias de su evolución futura.

2.8.1 ¿Quiénes son los turistas culturales? Estudio de sus perfiles.

El turismo cultural es un concepto abierto, generador de un debate continuo desde la perspectiva que se aborde tal tarea. Esta circunstancia condiciona la aproximación al análisis de la demanda de este tipo de turismo, que hasta el momento, se ha producido de una manera muy fragmentada, en respuesta; más a las necesidades de gestión de destinos o sitios concretos y a los intereses de la investigación, centrada en aspectos muy específicos y delimitados, que al objetivo de establecer un marco general de identificación de esta tipología.

³¹ La consecuencia inmediata de un crecimiento exponencial de la demanda turística cultural ha sido un incremento de la oferta de atracciones culturales muy por encima del experimentado por la demanda, aumentando así la presión competitiva entre los destinos.

Dolnicar (2002, citado en Pulido Fernández, et al. 2013:p.48), agrupa cinco grandes bloques de las contribuciones aparecidas en la literatura científica durante las últimas décadas sobre turismo cultural: 1) *estudios de casos*, 2) *estudios de contexto*, 3) *estudios de gestión*, 4) *estudios de mercado* y 5) *las contribuciones generales*. Según esta autora, los estudios dedicados a la descripción y comprensión de la demanda de turismo cultural apenas suponen un cinco por ciento del total, lo que da una idea del poco interés suscitado por esta temática.

Es cierto que en los últimos años la bibliografía sobre turismo cultural ha aumentado considerablemente, sin embargo, un repaso a las aportaciones más recientes no permite vislumbrar un panorama diferente, en donde la mayor parte de los estudios focalizan su interés en el análisis de la demanda en destinos concretos, quizás, precisamente, por la inexistencia de un perfil único del turista cultural. Lo que resulta más evidente que la conceptualización de *turismo cultural*, y con ello la de *turista cultural*, está cargada de dificultades, donde ambos tienen significados distintos para personas diferentes, a manera de ejemplo: El turismo cultural es:

- ***Para diversos turistas:*** una experiencia vinculada al encuentro con culturas diferentes, que les permite disfrutar de los símbolos, sonidos, sabores y olores de una cultura.
- ***Los académicos y profesionales del marketing:*** una categoría de producto que se diferencia de otros productos, actividades y lugares de interés turístico por el tipo de consumo realizado, vinculado con el patrimonio cultural (*material e inmaterial*).
- ***Un volumen creciente de literatura:*** señala que algunas personas están más motivadas para participar en actividades de turismo cultural que otras.

McKercher (2002, citado en Pulido Fernández, et al. 2013:p.49), plantea que la aproximación al conocimiento de los turistas culturales se puede realizar teniendo en cuenta dos criterios fundamentales:

- 1) ***Las principales razones del viaje (motivaciones, Ver tabla 17) y***
- 2) ***El nivel de las experiencias vividas en el destino y otros criterios (Ver tabla 18).***

En lo que respecta a este criterio, hay que reconocer en principio que la motivación del turismo cultural es multidimensional. Un buen número de estudios conceptuales y empíricos han tratado de aplicar estos criterios en su exploración de las tipologías del turista cultural.

Tabla 17. Segmentación de la demanda turística cultural en razón de las motivaciones del turista

Segmentación de la demanda del turismo cultural en relación con las motivaciones e intereses del turista			
<i>Autores</i>	Perfiles del turista cultural	<i>Autores</i>	Perfiles del turista cultural
<i>European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS)</i> Stebbins (1996), <i>España</i>	1. Turista cultural genérico: Tiene como <i>hobby</i> la visita a diferentes lugares geográficos. Con el tiempo, aumenta su conocimiento sobre distintas culturas, logrando llegar a convertirse en turista específico.	<i>Chías (2001)</i>	1. Coleccionistas de conocimiento: Suelen visitar lugares diferentes para conocerlos y prefieren aumentar la lista de lugares visitados antes que profundizar en ellos.
	2. Turista cultural específico: Suelen repetir sus visitas a la misma región en busca de una comprensión cultural más profunda.		2. Apasionados culturales: No se conforman con conocer, sino que buscan comprender el lugar, lo que les lleva a repetir y a realizar estancias más largas.
			3. Aficionados culturales: Parecen estar en una etapa de transición entre el coleccionista y el apasionado.
<i>Silberberg (1995)</i> <i>Ontario, Canada</i>	1. Turistas altamente motivados por la cultura: Se desplazan motivados por la presencia de museos, lugares históricos, festivales culturales o la propia oferta cultural.	<i>Rodríguez (2001)</i>	• Histórico-nostálgico: Tiene un interés, un tanto romántico, por lo antiguo. No necesita ningún tipo de explicación o comunicación para salir satisfecho.
	2. Turistas motivados en parte por la cultura: Viajaron atraídos por la cultura, pero también tienen otras motivaciones complementarias.		• Mecánico-moderno: Exige un conocimiento de los mecanismos que rodean al patrimonio. Se trata de un turista que, para salir satisfecho de una visita, debe conocer el quién, el cómo, el cuándo y fundamentalmente el porqué de las cosas
	3. Turistas donde la cultura representa un complemento a la motivación principal: Aprovechan su viaje para disfrutar de alguna oferta cultural, aunque no fuera éste el motivo principal de su viaje.		• Eco-deportista: Tienen un interés y una motivación especial hacia el medio ambiente, los paisajes, las formas de vida tradicionales, otros.
	4. Turistas culturales accidentales: Terminan participando de manera accidental en alguna actividad cultural, no teniéndolo previsto al inicio de su viaje.	Importancia del turismo cultural como un propósito del viaje (motivaciones) y la profundidad de las experiencias vividas por los turistas	
<i>Jansen-Verbeke (1997)</i>	5. Turistas no culturales: No consumen atracciones culturales de ningún tipo.	<i>McKercher y du Cros (2003)</i>	1) Turista de propósito cultural: La principal razón para visitar el destino es conocer otras culturas o el patrimonio. La centralidad de la experiencia cultural es alta y lo vive de forma profunda. (El segmento más interesante, representa el 10% del mercado turístico cultural).
	1. Turistas de motivaciones culturales: El principal motivo es conocer los atractivos culturales.		2) Visitante de lugares de interés turístico: Tiene como principal motivación el conocimiento de otras culturas o del patrimonio, pero su experiencia es menos profunda.
	2. Turistas de aspiración cultural: Visitan destinos con elevada notoriedad cultural y rara vez repiten (son lugares que hay que ver una vez en la vida).		3) Turista cultural casual: La motivación cultural tiene una importancia reducida en la elección del destino y vive una experiencia poco profunda.
<i>Economist Intelligence Unit (1993)</i> <i>La distinción entre estos tres segmentos no es siempre clara y, en algunas ocasiones, los turistas de un segmento pueden pertenecer a una de las otras dos categorías de turista cultural.</i>	3. Turistas de atracción cultural: Visitan el destino por motivaciones no culturales, pero realizan alguna actividad cultural durante el viaje		4) Turista cultural incidental: La práctica del turismo cultural no constituye el motivo principal del viaje, no es lo que le lleva al destino turístico.
	1. Turista motivado culturalmente: Están motivados por la oportunidad de aprendizaje cultural, o bien la ocasión de asistir a un evento cultural significativo. Este grupo representa un 5% del mercado total del turismo cultural.		5) Turista cultural atípico: La práctica de turismo cultural carece de centralidad en la decisión de visitar el destino, sin embargo, termina disfrutando de una experiencia profunda.
	2. Turista inspirado culturalmente: Núcleo de personas que asisten a centros culturales o lugares de patrimonio histórico sin la intención de repetir una segunda vez.		Los dos segmentos mayoritarios: visitantes de lugares de interés turístico y los turistas casuales.
	3. Turista atraído culturalmente: Interrumpe sus vacaciones de “sol y playa” o de “montaña” para asistir a un evento cultural en concreto. Suelen estar interesados principalmente por monumentos antiguos, patrimonios históricos relacionados con el pasado. Este segmento de mercado es potencialmente muy grande.		

Fuente: *Elaboración propia: Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.48-59.

Tabla 18. Segmentación de la demanda turística cultural en razón de perfiles y criterios del turista

Segmentación de la demanda del turismo cultural: perfiles y tipologías de interés por el patrimonio cultural y otros experiencias por el turista			
Autores	Tipologías del turista cultural	Autores	Tipologías del turista cultural
Dolnicar (2002)	1. Participantes de viajes culturales estándar. 2. Fanáticos de la cultura hiperactivos, que quieren verlo y hacerlo todo. 3. Turistas culturales inactivos, no son atractivos para la industria turística. 4. Amantes de la excursión organizada. 5. Interesados en los eventos culturales (locales y regionales). 6. Exploradores de la cultura. 7. Amantes del teatro, música y ópera, y otras actividades culturales típicas 8. Participante “superleído” del viaje cultural. 9. Turistas culturales organizados: Su nivel de interés es normal.	Harrison (1994) Criterios sociodemográficos	1. Residentes locales. 2. Excursionistas de un día de la región. 3. Turistas nacionales. 4. Turistas extranjeros. 5. Grupos educativos
		Nyaupane y Andereck (2007) Atraídos por el patrimonio cultural	<ul style="list-style-type: none">• Turista cultural verdadero Los turistas de “sitio cultural” y los de “acontecimiento cultural”.• Turista cultural espurio Los de “naturaleza”, los de “deporte”, y los de “negocios”.
		Seaton (2002) Analiza los roles temporales y permanentes de cada turista, donde adoptan o emulan diferentes personalidades.	a) Estético: visita museos, galerías, u otros lugares y paisajes culturales. b) El buscador del patrimonio histórico: particularmente interesado en el pasado clásico, la historia y la arqueología. c) Explorador-aventurero: influenciado por el desarrollo del alpinismo, el senderismo, el excursionismo y los viajes con mochila. d) El peregrino religioso y el buscador espiritual: visitantes de santuarios de peregrinación en busca de iluminación espirituales; e) Aficionado a los festivales: caracterizado por atracción por “fiestas populares”. f) Literario: interesado en lugares y paisajes de las figuras literarias; g) El epicúreo: un vividor, aficionado a la gastronomía, h) El científico natural interesado en el patrimonio natural; un ecoturista.
Montanari y Muscará (1995) Venecia Concepto de cultura y del núcleo de interés del visitante	1) <i>El visitante primerizo en tour organizado.</i> 2) <i>El turista rico.</i> 3) <i>El enamorado de Venecia.</i> 4) <i>El mochilero.</i> 5) <i>El turista mundano.</i> 6) <i>El turista que repite.</i> 7) <i>El artista residente.</i> 8) <i>El turista de playa.</i> 9) <i>El visitante con un propósito.</i>		<ul style="list-style-type: none">• Ocio,• Recreación Las dos categorías buscan la relajación o distracción sin más. <ul style="list-style-type: none">• Experiencial,• Experimental y• Existencial. Las tres E del turismo cultural, buscan sumergirse en la cultura local y su sociedad, encontrando experiencias vitales auténticas.
Seaton (2002)	<ul style="list-style-type: none">• <i>Metempsychosis</i> Los turistas asumen el rol de un viajero histórico• <i>Metensomatosis</i> El turista adopta un rol temporal basado en múltiples personalidades: un alquimista cuyas reconstrucciones turísticas están basadas en representaciones de lo que otros han realizado en el pasado.		
		Sharpley (1994) Experiencias del turista cultural	
		Unión Europea (1993)	1. Personas de edad avanzada. 2. Jóvenes en busca de aventura. 3. Personas de negocios. 4. Familias que participan en la vida cultural. 5. Turistas eruditos.

Fuente: Elaboración propia: Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). Turismo Cultural. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.48-59.

Este repaso de literatura seleccionada y expresada en los cuadros anteriores; asienta evidencia de las dificultades para caracterizar la demanda de turismo cultural. McKercher (2002, citado en Pulido Fernández, et al. 2013: p.57). Confirma juntamente con otros autores, que no existe “*un perfil*” del turista cultural, sino que, existen tantos perfiles como motivaciones y experiencias avalen la toma de decisiones del viajero. Por tanto, su estudio requiere una aproximación *ad hoc*³², lo que explica que la mayoría de los estudios realizados hasta ahora sean parciales y estén enfocados al conocimiento de aspectos muy concretos del comportamiento, motivaciones y experiencias de grupos determinados de turistas. Esto no invalida el planteamiento que, a pesar de esta realidad, deberían generarse fuentes más globales de conocimiento de la demanda de turismo cultural.

En consecuencia, hay otros autores en turismo cultural que argumentan que, el encasillar a los turistas en categorías o tipologías no resulta muy apropiado. Como afirma Edensor (2001: 59, citado en Pulido Fernández, et al. 2013: p.56), “Las tipologías pueden identificar generalidades, pero deben concebirse solo para describir prácticas turísticas y no personas, en otras palabras, roles y no categorías sociales”. Por lo que estos estudiosos sugieren que cada segmento debe ser objeto de un tratamiento diferenciado, tanto respecto a su análisis, como, sobre todo, en lo que respecta a la satisfacción de sus expectativas y necesidades.

Esta consultoría introduce un paradigma generador del dilema *turismo de masas-turismo cultural*³³. Durante un largo tiempo se extendió la idea, de que el *turismo cultural* era un turismo de pequeña escala, bien organizado, educativo y de lujo, protagonizado por una clase viajera erudita, con un interés especial por la cultura. Un turismo que se contraponía claramente a las masas. No parece que sea ésta la realidad turística actual de destinos o sitios turísticos como, *Machu Picchu*, *El Coliseo de Roma* o la *Plaza Cultural de Nahuizalco*. Lo que demuestra que existe un turismo cultural para el consumo a gran escala, para el turista de masas. Cada vez es más evidente que *los turistas culturales* no sólo consumen arte y ópera sobre entornos históricos, sino también gastronomía, artesanía y productos folclóricos populares.

³² Expresión latina que significa: *apropiado o adecuado para un determinado fin*. Se habla de un argumento *ad hoc* cuando se aplica única y exclusivamente al caso que pretende explicar.

³³ Sobre este fenómeno, la demanda se estaría concentrando cada vez más, tanto en términos espaciales como temporales. El crecimiento no es la demanda de turismo cultural, sino la realización de actividades culturales.

2.8.2 Previsiones y tendencias en torno a la demanda de turismo cultural

El turismo es una actividad cambiante. Al respecto Pulido Fernández, *et al.* (2013) argumenta: “Pocos se hubieran atrevido hace una década a prever lo que está ocurriendo en la actualidad, respecto al giro que está dando el mundo del turismo, y los expertos vaticinan que los cambios acaecidos son sólo el prefacio de lo que queda por venir” (p.68).

El turismo cultural es una tipología aún emergente con un amplio margen de desarrollo, sin embargo, expertos argumentan que su evolución, dependerá de dos aspectos claves:

- i. *El contexto general de cambio en el que se desarrolla la actividad turística, y*
- ii. *La rapidez con que se está modificando el cuadro motivacional y el comportamiento del consumidor, y de la demanda turística en particular.*

Esta consultoría amplía el análisis de estos dos aspectos de la demanda turística cultural.

a) *El contexto externo del turismo*

No es objeto de esta consultoría exponer un estudio detallado de tendencias globales de cambio en el mundo del turismo, sino una síntesis de los aspectos más importantes que en mayor medida van a influir en la evolución futura del turismo cultural y su demanda. La **tabla 19** se consideran tendencias analizadas por expertos en turismo, sobre todo las importantes limitaciones y restricciones que afectarán la movilidad de los turistas nivel internacional, esta reflexión invita a prestar especial atención a los mercados domésticos, más cercanos, flexibles y proclives a las prácticas sostenibles, que ofrecen interesantes oportunidades para el posicionamiento de productos turísticos de motivación cultural.

b) *El nuevo turista: la creciente segmentación del mercado*

En los últimos años se viene haciendo referencia a la existencia de un *nuevo turista*, crecientemente implicado en la *creación del producto* que necesita, con un conocimiento cada vez más sofisticado sobre lo que se puede disfrutar en un destino, con capacidad para acceder a cualquier oferta y, por tanto, comparar y decidir en las mejores condiciones, y con una curva motivacional cada vez más amplia y compleja. Cambios en su mayoría de casos, inducidos o influenciados por las nuevas tendencias sociales.

Tabla 19. *Tendencias globales de cambio en el turismo cultural y su demanda*

Tendencias globales	Descripción de tendencias globales del turismo cultural
<i>Punto de vista económico</i>	Los dos aspectos que mayor influencia serán <i>la globalización y la liberalización de los mercados</i> . Se trata de dos fenómenos cuya evolución dependerá de una mayor libertad de circulación de flujos turísticos a nivel mundial, pero también en una creciente competencia entre destinos. Otro reto que se plantean también es la distribución desigual de los beneficios y costos que genera el turismo como instrumento de desarrollo.
<i>Avances tecnológicos</i>	Crean oportunidades, pero igualmente representan una amenaza para el turismo. Los cambios en la tecnología seguirán influyendo en los diversos subsectores de la industria turística y en el propio turista. Estas tecnologías generan nuevas formas de entretenimiento, que están empezando a competir con los viajes, lo que afectará seriamente al mundo del turismo ³⁴ .
<i>Mano de obra más cualificada</i>	La educación se convierte en un factor clave del éxito para los destinos. Pero también requiere de empresas innovadoras, que respondan de inmediato a las necesidades de sus clientes con alto nivel de capacitación.
<i>Cambios demográficos</i>	Hay una tendencia mundial hacia la urbanización, los cambios en las estructuras sociales están diversificando los tipos de familia. Los expertos señalan que el éxito en la captación de estos segmentos está en saber cómo piensan, no sólo cómo se comportan.
<i>Mercado de trabajo</i>	Se tiende hacia una mayor flexibilización en el trabajo, que permita un mejor aprovechamiento de la vida personal y familiar, incrementando los flujos turísticos. Se debe considerar el proceso de feminización de la sociedad con una influencia creciente sobre las decisiones de consumo y la necesidad de adaptar la oferta turística a una población más envejecida.
<i>Ámbito geopolítico</i>	A la inseguridad generalizada, se sumarán crisis relacionadas con la salud y el aumento del riesgo de enfermedades infecciosas, consecuencia del trasiego de turistas, lo que se traducirá en un control más estricto de viajeros. Se deben añadir los potenciales conflictos como consecuencia del uso de recursos cada vez más escasos, especialmente el agua y las tensiones derivadas de la lucha de los territorios por mantener su <i>identidad</i> frente a la <i>modernidad</i> que parece imponer el turismo.
<i>Entorno natural y condiciones climáticas</i>	Son factores clave en la determinación de la viabilidad y el atractivo de cualquier territorio como destino turístico. El interés se incrementa por la competitividad de los destinos, el agotamiento en los recursos naturales y la pérdida de la diversidad biológica.
<i>Tendencias sociales</i>	Los cambios más espectaculares son los protagonizados por los valores, necesidades, aspiraciones y expectativas de las personas, son las que mayor repercusión tienen en el comportamiento de la demanda turística.

Fuente: *Elaboración propia:* Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.69-71.

³⁴ La ciudadela andino-incaica *Machu Picchu*, ubicada al sur del Perú, a más de dos mil metros sobre el nivel del mar; podrá ser visitado también a través de *Google Street View*, gracias a un convenio firmado con el gigante de Internet *Google*. Esta herramienta tecnológica proporciona imágenes panorámicas, permitiendo a los usuarios ver partes de las ciudades seleccionadas y sus áreas adyacentes. *Crf:*
<http://elcomercio.pe/peru/pais/machu-picchu-podra-visitado-google-street-view-noticia-1861063>

Pulido Fernández, *et al.* (2013). Expresa dos grandes cambios en la *demanda turística* (Ver *tabla 20*). Que comprende las aficiones y gustos del turista, varias de ellas identificables en su tiempo de ocio habitual, y siempre bajo la perspectiva de un mayor nivel cultural. Lo que busca este *nuevo turista* no es estar en el destino, sino experimentar lo que supone estar allí. De manera que el desplazamiento se convierte en un medio para la realización personal y para la búsqueda de la propia identidad cultural.

Tabla 20. *Cambios en Demanda Turística Cultural*

Cambios en la demanda turística	Descripción de cambios
<i>Modo de consumo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Creciente personalización de los viajes: El turista orienta su búsqueda a lo inusual y experiencia auténtica, frente a productos tradicionales. • Amplia variedad de experiencias: Existe un gran abanico de actividades sobre las que elegir en destino y más interactividad. • Necesidad de superación personal y aprender: Hay una tendencia a la desaparición de la frontera entre el ocio y la educación, en la medida en que los turistas están interesados en descubrir, experimentar, participar, conocer y disfrutar de una relación más íntima con los destinos que visitan • Adecuada relación <i>calidad-precio</i>: El turista está dispuesto a pagar por una experiencia de calidad (<i>servicios, del entorno, sobre todo por la experiencia turística</i>), pero, a la vez, es cada vez más crítico y menos fiel. • Experimental: El turista quiere probar nuevos productos, alimentos y lugares de interés, aunque es demasiado impaciente (<i>y hay demasiado donde elegir</i>) como para darle una segunda oportunidad a un producto o servicio que no responda desde el principio a sus expectativas. • Aumento de la conciencia social y ambiental: Empieza a emerger un conflicto entre el consumismo y la preocupación creciente por el impacto social y ambiental que generan determinadas prácticas turísticas. • Mayor exigencia de seguridad: Los turistas exigirán seguridad (<i>física, alimentaria y salud</i>) que los productos que adquieren estén sometidos a controles de calidad y sean fiables.
<i>En las motivaciones</i>	Derivan de una ampliación <i>cuasi-infinita</i> del cuadro motivacional del turista, sobre todo del turista medio, que es lo que realmente ha supuesto una auténtica revolución que se ha denominado <i>democratización del turismo</i> . Donde se pueden desarrollar prácticas turísticas que en mejor medida se ajusten a sus valores, creencias, aficiones o intereses culturales.

Fuente: *Elaboración propia:* Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.72-73.

Este proceso de cambios de la demanda turística, consolida de forma más irrefutable los *turismos específicos*, en contraposición con el *turismo genérico*. Como señala anteriormente la *tabla 17*, una tipología turística se considera *genérica* cuando se corresponde con un cuadro motivacional amplio y variado, en el que predomina el deseo de descanso y diversión en un lugar diferente al de residencia. Por el contrario, un turismo *específico* es cuando alguna *característica, valor o recurso* de un destino es capaz de captar por sí mismo el interés de un número significativo de personas, logrando que se desplacen hasta allí para disfrutarlo.

2.8.3 Los retos más inmediatos de la demanda cultural

El turismo cultural tiene interpretaciones muy diversas; desde una experiencia de turismo de masas en la Gran Muralla China, hasta una visita a la ermita de Nahuizalco, aquilatar en unas páginas los retos más inmediatos a los que deberá hacer frente la gestión de flujos turísticos de motivación cultural no deja de ser una temeridad. Existe una amplia coincidencia de expertos a la hora de identificar los principales retos que habrán de afrontarse en los próximos años en la demanda turística cultural. Pulido Fernández, *et al.* (2013). Expresa los siguientes retos.

- i. ***El desarrollo del producto y su tematización:*** se convertirán en dos aspectos clave en la estrategia de posicionamiento de cualquier destino turístico cultural. Aspectos emocionales, educativos y creativos tienen una creciente importancia en sus motivaciones de compra.
- ii. ***Los destinos turísticos:*** deben orientar su esfuerzo en la generación de experiencias que reflejen fielmente las necesidades del mercado. Los estudios de la demanda de turismo cultural, no deben profundizarse en aspectos cuantitativos, sino en sus motivaciones y comportamientos.
- iii. ***La satisfacción de las expectativas del turista:*** se producirá a través de la creación de productos que, sin abandonar el poder de atracción de los recursos primarios, deben generar un alto valor percibido a partir del desarrollo de dos componentes básicos, *la interpretación y la educación*.
- iv. ***Creciente presión del turismo sobre los recursos de interés cultural:*** Identificación, análisis, comprensión y gestión de los impactos generados, pero también sobre las señas de identidad de las poblaciones receptoras. La infrautilización se produce cuando se han realizado importantes inversiones para la puesta en valor turístico de un recurso y éste genera escasas visitas.

Los expertos identifican en un futuro inmediato a las manifestaciones culturales basadas en el *patrimonio inmaterial*, como uno de los principales generadores de demanda turística cultural. Por ello la necesidad de profundizar, en la identificación de los impactos derivados de este tipo de prácticas y el desarrollo de herramientas de gestión de flujos turísticos que aseguren el máximo control y la gestión adecuada para preservar el recurso.

Las respuestas a estos retos deberán presentarse con las siguientes medidas:

- ***Aplicación de técnicas de planificación, gestión e interpretación cultural.***

Proporcionar al turista una experiencia única y de alta calidad, a la vez que se mejora la protección de los recursos que sirven de base al proceso de producción turística. Lo que requiere un modelo de gestión integral entre los agentes implicados en el desarrollo turístico del destino.

- ***Los gestores y destinos turísticos culturales deberán incrementar su creatividad.***

Las necesidades crecientemente segmentadas del turista, sus motivaciones van a ser cada vez más específicas; lo que obligará a los destinos a competir en nichos de mercado cada vez más reducidos.

Debe asumirse como una condición *sine qua non*³⁵ para desarrollar los dos planteamientos anteriores; los destinos turísticos culturales, como el resto, deberán hacer una apuesta indiscutible por generar un mayor y más profundo conocimiento sobre la demanda turística real, pero, sobre todo, la potencial.

Uno de los grandes retos de los gestores del turismo cultural, es que a pesar de la abundante literatura, se dispone aún de un conocimiento incompleto e insuficiente sobre su *demanda*; en consecuencia deberán analizarla y comprenderla, que permita prevenir riesgos y aprovechar sinergias. Su análisis actual y las tendencias de su evolución futura; es una tarea compleja. *La cultura* se ha convertido en un elemento que aumenta la motivación para el turista, producto del incremento de la *oferta de atracciones culturales* muy por encima del experimentado por la demanda, generando presión competitiva entre los destinos turísticos.

³⁵ Locución latina que significa *sin la cual no*, y se usa para referirse a condiciones o elementos indispensables, requisitos absolutos, otros similares.

2.9 Los recursos del turismo cultural

Los *recursos* o *atractivos* turísticos, constituyen un componente central del turismo cultural. Indudablemente, son el elemento más importante de cualquier lugar que sea o aspire a convertirse en un destino turístico. En la actualidad el término *cultura*, se suma a un enfoque moderno llamado *recurso cultural*, fundamentado principalmente en una lógica cartográfica; como una aproximación de desarrollo de activos territoriales de cualquier país o municipio. Pulido Fernández, *et al.* (2013), atiende dos criterios para diferenciar recursos culturales.

- 1) **Atendiendo a su origen:** estos recursos corresponden a un patrimonio heredado, sustento de la identidad colectiva de una comunidad.
- 2) **Atendiendo a su formato:** se trata de bienes que están asociados a elementos de naturaleza inmueble (*monumentos, museos, ciudades, otros.*) o se configuran como expresiones culturales inmateriales.

Atendiendo estos criterios, la **tabla 21** permite diferenciar lo tipos de recursos culturales:

Tabla 21. Cuatro grandes tipos de recursos culturales

Recursos culturales	Descripción del recurso cultural
<i>Bienes históricos (patrimonio)</i> Remite manifestaciones del pasado, se trata de una herencia o legado sobre la que se sustenta la memoria histórica de una comunidad.	Conjunto de espacios a diferentes escalas que forman parte del patrimonio de una comunidad y por lo tanto remiten a su memoria colectiva. (<i>monumentos, paisajes culturales, zonas arqueológicas, sectores urbanos históricos, otros.</i>)
<i>Expresiones del patrimonio inmaterial</i>	Manifestaciones de carácter tradicional, que también forman parte del acervo colectivo de la comunidad y cuya activación necesita de un proceso de recreación constante (<i>fiestas, artesanía y el patrimonio gastronómico</i>).
<i>Infraestructuras culturales</i> Son el fruto de la acción de las sociedades contemporáneas.	Instalaciones con soporte inmueble (<i>edificios</i>) donde se desarrollan actividades relacionadas con la conservación del patrimonio mueble (<i>museos, iglesias</i>) o se desarrollan actividades relacionadas con el ejercicio de las artes (<i>auditorios, teatros, salas de conciertos, otros</i>).
<i>Eventos programados</i>	Acontecimientos de creación o producción cultural (<i>Festivales, macroexposiciones, lenguas, otros</i>).

Fuente: *Elaboración propia, Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.83.

Se debe tener presente a lo largo de esta consultoría que, como sucede con otras clasificaciones o tipificaciones del ámbito cultural, *los límites* entre estas categorías resultan difusas: museos que pueden formar parte del patrimonio histórico en función de la condición de alguna de sus colecciones, eventos que incluyen manifestaciones patrimoniales, la propia condición de inmaterial es relativa, porque se apoya en bienes muebles e inmuebles, entre otros.

En todo caso es válido la adscripción de las distintas manifestaciones a una u otra categoría a partir de criterios relevantes. En este sentido los *bienes patrimoniales* y las *infraestructuras culturales* presentan una materialidad mucho mayor que el resto de las manifestaciones, cuyo valor no reside tanto en lo material como en los *conocimientos, saberes, prácticas, ritos*, y otros.

La aproximación a *la cultura* en términos de *recursos culturales* implica incorporar: *nociones de valor, interés, de algo que satisface los deseos de alguien*. Un recurso no se define por su propia existencia sino por satisfacer necesidades. Pulido Fernández, *et al.* (2013) define los *recursos culturales* de esta manera:

Los recursos culturales están conformados por aquellos elementos o manifestaciones que presentan valor o interés para la comunidad local. En otros términos, satisfacen alguna de sus necesidades y, por lo tanto, soportan buena parte de los consumos culturales de la población residente. De forma paralela, una parte de estos recursos constituye la base sobre la que se construye el turismo cultural, el conjunto de consumos culturales realizados por turistas y excursionistas (p.84).

Bajo esta perspectiva, la creación de un *producto turístico-cultural* es muy selectiva con diferentes miradas:

- 1) **La mirada turística**, no atiende a la totalidad de los recursos existentes; sino que centra su interés en un número reducido de manifestaciones de la cultura local, en función de su interés, *como atractivos o recursos turístico-culturales*.
- 2) **Desde una perspectiva local**, estos atractivos funcionan al menos a dos niveles: por un lado, implica su consideración como productos en sí mismos (*museo, iglesia, parque arqueológico, otros.*); y otra, conforman el núcleo del destino.
- 3) **Enfoque de demanda**: los productos estarían compuestos por los recursos *turístico-culturales* más un conjunto más o menos amplio de servicios turísticos: (*alojamiento, restauración, información y animación, transporte, otros*), en suma, todo el conjunto de bienes y servicios que sustentan el viaje turístico.

Sobre este último enfoque, se aprecia en la industria turística, como turoperadores o agencias de viajes preparan paquetes turísticos o viajes combinados con formatos variados (*circuitos culturales, excursiones, viajes de idiomas, escapadas a rutas turísticas, otros.*), siendo su complejidad organizativa mayor que la del *producto sol y playa*.

2.9.1 Factores condicionantes del potencial turístico de los recursos

Existe un reconocimiento generalizado de que los recursos o atractivos turísticos constituyen un componente central del fenómeno turístico. Dentro del ámbito *cultural*, existen diversidad de investigaciones sobre la dimensión turística del patrimonio y otros recursos, señalando ventajas e inconvenientes de la afluencia de visitantes, pero ésta se asume como algo dado, sin plantearse qué factores determinan el éxito turístico de un recurso. Sobre la evaluación del potencial turístico la presente consultoría advierte las siguientes interrogantes: *¿Por qué algunas manifestaciones culturales reciben la visita de millones de turistas y otras prácticamente ninguno?, ¿Por qué algunas centran la atención de visitantes de largo recorrido y otras ni siquiera de la población de un entorno más o menos próximo?*

Existen diferentes metodologías para la evaluación del potencial turístico de un recurso. Como lo comenta Leno (1993: citado en Pulido Fernández, et al. 2013), “Los enfoques analíticos se basan en la idea de que, considerando la presencia o ausencia de determinados componentes y valorando cada uno de ellos, puede llegarse a una evaluación de la calidad turística de cada recurso” (p.85).

Se trata en definitiva de establecer el potencial del recurso en función de sus principales características. Aunque no existe un consenso sobre qué peculiaridades considerar y el peso que ha de tener cada una de ellas en la evaluación final, en buena parte de la literatura sobre el tema se tiende a considerar dos grandes tipos de factores:

- 1) **Factores internos:** asociados al contexto territorial donde se sitúa cada recurso, desde el punto de vista turístico varían sensiblemente en función de la naturaleza del recurso. *Los lugares históricos* se recoge información sobre hechos que se rememoran y el aspecto del sitio; *los museos*, el tipo de colección y las piezas más relevantes; *manifestaciones religiosas* y *creencias populares*, entre otros.
- 2) **Los factores externos:** responden a la localización del recurso y funcionan a diferentes escalas, desde la situación del propio destino hasta las características del entorno más inmediato. La accesibilidad de cada destino y su situación periférica resulta una variable fundamental y se mide en términos de distancia (*física o cultural*).

La **tabla 22**, atesora los factores señalados, organizados en función de su dimensión *interna- externa* y su asociación con el recurso, o la posición de este dentro del destino.

Tabla 22. Factores condicionantes del atractivo turístico de los recursos culturales³⁶

FACTORES DE ORDEN INTERNO	FACTORES DE ORDEN EXTERNO	
ASOCIADOS AL RECURSO Características propias del recurso	ASOCIADOS A LA POSICIÓN DEL RECURSO EN EL DESTINO Medida en términos de posición y dotación en infraestructuras-servicios	ASOCIADOS AL DESTINO Condicionantes del destino
Factor determinante	<ul style="list-style-type: none"> La accesibilidad de cada destino y su situación periférica resulta una variable fundamental. Mejora de las comunicaciones a nivel local como vector de competitividad turística. Existencia de distintos servicios turísticos receptivos (<i>alojamiento, restauración, visitas guiadas, tiendas de recuerdos, otros.</i>) <p>La calidad urbana del destino: Dotación en servicios básicos (<i>seguridad, sanidad, abastecimiento de agua, otros.</i>) condiciones generales del medio ambiente percibido (<i>limpieza, contaminación, conservación del patrimonio, otros.</i>)</p>	Factor determinante
Valor Intrínseco Responde a criterios de valoración cultural, que progresivamente se van transmitiendo desde el ámbito de los expertos hasta el público general.		Accesibilidad al destino, La posición del destino y su dotación en infraestructuras de transporte. La materialización del desplazamiento responde a una serie de factores (<i>traslado, estancia, visitas, otros.</i>).
Características básicas		Características básicas
<ul style="list-style-type: none"> La grandiosidad favorece el atractivo de edificios culturales e incluso ceremonias festivas. La importancia intrínseca medida en términos culturales, también favorece la proyección turística. La condición lúdica: fomenta ocio y aprendizaje (religioso, asistenciales, convivios de cultura, otros.) 		<ul style="list-style-type: none"> Condiciones del entorno, entendidas en términos de calidad urbana. En caso de ser positivas refuerzan el atractivo del recurso y si son malas influyen negativamente sobre el flujo de visitantes.
Aspectos complementarios (<i>Favorecen su uso turístico</i>)		Consideración especial
<ul style="list-style-type: none"> Condiciones de accesibilidad y adecuación al flujo turístico. Aspectos de comodidad para turistas y excursionistas: (<i>horarios a los ritmos turísticos, existencia de servicios, visita, otros.</i>) 		<i>La concentración de atractivos refuerza el ambiente turístico de un lugar y puede favorecer una mayor afluencia hacia cada uno de los recursos, sobre todo aquellos de un valor intrínseco secundario. Además, hay que considerar la relación con otros recursos.</i>
Consideración especial		
<i>Un buen acondicionamiento para el uso turístico favorece la visita, pero no garantiza que se tenga un número significativo de visitantes si se carece de interés intrínseco.</i>		
FACTORES DE PRIMER NIVEL	FACTORES DE SEGUNDO NIVEL	FACTORES DE PRIMER NIVEL

Fuente: *Elaboración propia, Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.89.

³⁶ Resulta difícil cuantificar la importancia de cada uno de los factores en el potencial turístico de un recurso, sobre todo cuando los *atractivos turísticos* son la base sobre la que se construyen los destinos, su *núcleo*. Pulido Fernández, *et al.* (2013) afirma: “El *atractivo* del destino supera el valor de la suma de sus recursos individuales; en estos lugares emergen ambientes atractivos donde no es fácil discernir entre *recurso y destino*” (p.89).

2.9.2 Infraestructuras culturales

Existen diversidad de tipos de infraestructuras culturales: *archivos, museos, bibliotecas, salas de exposiciones, teatros, galería de arte, otros*. Si bien estos establecimientos cuentan con acceso público, una parte reducida de los mismos tienen uso turístico efectivo. En este sentido, los museos forman parte de las atracciones *turístico-culturales* de las localidades donde se sitúan, uno de los principales referentes de la visita turística en su formato más tradicional. Para este apartado, es preciso definir los siguientes conceptos de infraestructura cultural tomados de Pulido Fernández, *et al.* (2013: p.92):

Infraestructura cultural: una infraestructura especializada en la *formación, creación, difusión, otros*, de las artes escénicas, musicales, plásticas, otros, cuyo acceso al público es abierto, bien universal o restringido.

Museos: aquellas instituciones de carácter permanente que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben para fines de *estudio, educación y contemplación; conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico*³⁷.

A continuación, se desarrolla la temática de museos, infraestructura sobre lo que esta consultoría presta atención especial:

a) Museos: *contenido y titularidad*

La oferta de museos aumenta con el tiempo y el modelo gana en complejidad, conforme se van implantando y consolidando las políticas culturales de ámbito autonómico y local. De acuerdo con la anterior definición, las variables básicas de clasificación son el tipo de órgano responsable (*titularidad y gestión*) y la naturaleza de contenidos (**Ver tabla 23**).

b) Otras infraestructuras culturales

A diferencia de los museos, las infraestructuras culturales de otro tipo tienen una dimensión turística mucho menor. En algunos casos esta dimensión viene asociada a las posibilidades de visita pública de los complejos, edificios o instalaciones culturales. Mayor especificidad reviste la oferta cuyo atractivo se basa en el contenido de su programación cultural permanente³⁸.

³⁷ La UNESCO enfatiza lo que debe ser un museo: “Una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público y que realiza investigaciones sobre los testimonios materiales del hombre y de su entorno, los adquiere, los conserva, los comunica y, en particular, los expone con fines de estudio, educación y recreo”. Los museos deben dirigirse a los turistas de forma mucho más directa con un contenido educativo que contribuya a un mejor conocimiento de la historia, la cultura y el entorno de los pueblos.

³⁸ El *turismo creativo*, supone un cambio de enfoque en tanto que sitúa al visitante dentro del proceso de creación cultural, una fórmula que se activa en términos turísticos con una multiplicidad de equipamientos; cuya dimensión turística ha sido hasta ahora muy limitada para la creación y aprendizaje de la cultura.

Tabla 23. *Criterios y categorías de clasificación de los museos culturales*

Criterios de clasificación	Categorías de clasificación de museos	
	Titularidad	Gestión
<i>En relación con el organismo responsable</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Titularidad pública • Titularidad privada • Titularidad mixta 	<ul style="list-style-type: none"> • Administración central • Administración autónoma • Administración local
<i>En función de la administración responsable</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Museos estatales • Museos autónomos • Museos locales (Museo Náhuat-Pipil de Nahuizalco) 	
<i>En relación con el contenido temático</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Casa-museo. (Vida de un personaje) • Arqueológicos. (Valores históricos de excavación), • Elistóricos. (Colecciones históricos militares). • Ciencia e historia natural. • Etnografía y antropología. (Culturas, folclore, tradiciones o costumbres populares) • De sitio. (bienes originalmente in situ del pasado). 	

Fuente: *Elaboración propia*, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.93-96.

2.9.3 Eventos e iniciativas culturales

En paralelo al crecimiento de las infraestructuras culturales, asiste una proliferación muy notable de eventos especiales de todo tipo. No existe un consenso generalizado de lo que significa *evento cultural*, sin embargo, Pulido Fernández, *et al.* (2013), define evento de la siguiente manera: “Una experiencia, única e irrepetible, que tiene la capacidad de crear un tiempo y espacios vivos para la relación humana con el fin de transmitir unos objetivos concretos a un público determinado” (p.100). Este mismo autor diferencia ocho grandes tipos de eventos organizados: *políticos, artísticos, ferias y negocios, educacionales y científicos, deportivos, recreativos, privados*, y por su puesto los *culturales*, que incluyen iniciativas de naturaleza cultural como: festivales, conmemoraciones e incluso acontecimientos religiosos.

Cada evento cultural proporciona una experiencia única al turista. Pulido Fernández, *et al.* (2013:p.101), en términos de programación diferencia tres situaciones de eventos culturales que corresponden a *espacio- temporales* distintas:

- 1) **Eventos únicos**, que se celebran en una única ocasión y un único lugar,
- 2) **Eventos periódicos**, que se celebran con una frecuencia previamente establecida (*una vez al año, cada dos años, otros.*) en una localidad determinada; y
- 3) **Eventos rotatorios**, con una determinada frecuencia, pero cuya celebración rota entre diferentes localidades y adquieren la condición de acontecimientos únicos.

2.10 Productos del Turismo cultural

La cultura se ha convertido en una de las principales motivaciones de desplazamientos turísticos, que junto al turismo contribuyen a que se cree un auténtico *efecto cultural* en los turistas. Las formas en que *la cultura* puede convertirse en un elemento o componente de los productos turísticos son numerosos, sin más límites que la creatividad. Es fácil constatar en cualquier mercado turístico nacional o internacional, un consumo creciente de productos culturales en todos los ámbitos. A continuación, se exponen las principales tipologías de productos turísticos culturales, su metodología de creación y claves de su proceso productivo.

2.10.1 Naturaleza del producto turístico cultural

Los recursos turísticos son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística, son aquellos atractivos que, en el contexto de un destino, pueden generar un interés entre el público, determinar la elección y motivar el desplazamiento o la visita. Es importante advertir la asociación de los conceptos de *atractivo* y *recurso turístico*, como los componentes que inciden en la motivación del turista para visitar un destino determinado.

Es usual que los conceptos de *bienes* y *productos culturales* tiendan a tratarse como sinónimos. Pulido Fernández, *et al.* (2013) expresa: “El patrimonio en sí mismo no es un equipamiento cultural, ni un servicio, ni un agente, ni una oferta, sino que es un recurso susceptible de convertirse en un producto para el consumo cultural” (p.173). En el mundo del marketing, un *producto* se define como aquello que es ofrecido a los consumidores para su adquisición, uso y consumo. En el caso del turismo cultural, los turistas visitan los lugares o destinos culturales no por el bien físico en concreto, sino por una serie de experiencias culturales o emocionales que esperan vivir. Para el proceso de desarrollo de los *recursos turísticos*, por el cual se convierten las atracciones en un lugar turísticamente adecuado³⁹. Pulido Fernández, *et al.* (2013) lo resume en tres etapas (p.173):

- 1) Identificar la atracción, los atractivos y recursos del destino.
- 2) Convertir la atracción en producto turístico.
- 3) Ofrecer el producto a los turistas.

³⁹ Un ejemplo en concreto: La iglesia colonial de Nahuizalco “*Parroquia San Juan Bautista*” que data del siglo XVII, se convierte en producto turístico cuando: se le agregan señalizaciones, servicios y equipamientos, es accesible, existe información, otros. Además, de la manera de comercializar y promocionar el producto turístico.

a) Particularidades de los productos turísticos

Una particularidad del turismo es que comercia con productos o servicios, lo que implica determinadas características especiales en relación con la venta y disfrute de intangibles. La mayoría de autores coinciden en destacar las siguientes características diferenciales de los servicios y productos turísticos en relación a su intangibilidad (*Ver tabla 24*).

Tabla 24. *Particularidades de los productos turísticos.*

Particularidad	Descripción de las características diferenciales
<i>Intangibilidad</i>	Los servicios son esencialmente intangibles. La experiencia turística no se puede transferir. La compra de un servicio es la adquisición de algo intangible, de una expectativa. Dependen de la experiencia personal de cada turista, por lo que cada consumo turístico es único y podría decirse que irrepetible.
<i>Inseparabilidad</i>	Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios, con frecuencia, se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables.
<i>Heterogeneidad o variabilidad</i>	Significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuándo y dónde, debido al factor humano, que participa en la producción y entrega.
<i>Caducidad</i>	Los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario. La <i>imperdurabilidad</i> , ese carácter perecedero de los servicios y la dificultad resultante de equilibrar la oferta con la fluctuante demanda plantean retos de promoción, planificación de productos, programación y asignación de precios.
<i>Complementariedad</i>	Las actuaciones de los prestadores de servicios repercuten no sólo en ellos, sino también en el resto de empresas que <i>complementan</i> su función en el servicio final que recibe el turista, es importante una adecuada coordinación entre ellos.

Fuente: *Elaboración propia, Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.174.

b) Componentes del producto turístico cultural

El producto de turismo cultural, define una tipología de viaje que tiene por núcleo una motivación cultural originada a partir de un conjunto de recursos y satisfecha por una serie de prestaciones turísticas culturales que facilitan el desplazamiento y la estancia turística. Pulido Fernández, *et al.* (2013) comenta: “La *oferta de turismo cultural* está constituida por el conjunto de recursos, prestaciones y servicios capaces de motivar al viajero a iniciar una experiencia turística y a adquirir una serie de servicios” (p.175). El producto turístico es el resultado de la combinación de diferentes medios o factores interrelacionados cuyo resultado satisface las necesidades ligadas al desplazamiento o al viaje⁴⁰.

⁴⁰ Los componentes turísticos son los servicios de transporte, alojamiento, acogida e información. (*Pulido Fernández, et al. 2013. p.175*).

c) Tipologías de productos de turismo cultural

La puesta en uso turístico del patrimonio necesita de acciones que permitan acercar al turista en contacto directo con el bien cultural, con el objetivo de transformar el patrimonio en producto y facilitar su consumo. Pulido Fernández, *et al.* (2013) destaca en la configuración de productos de turismo cultural: “Que a diferencia de lo que ocurre con otras tipologías turísticas, se puede crear producto sin necesidad de disponer de recursos originarios” (p.176).

A continuación, se exponen las principales tipologías de productos que tienen relevancia en el ámbito del turismo cultural (*Ver tabla 25*).

Tabla 25. *Tipologías de Producto Turísticos.*

Tipología Productos Turísticos	Descripción
Ruta Turística	Itinerario cultural que agrupan lugares, monumentos, museos, otros; con un denominador común. La creación de rutas promueve cooperación, abarata la gestión, permite una promoción unificada y se comercializa mejor ⁴¹ . <i>Pulido Fernández, et al. (2013) advierte: “Un itinerario cultural no se convierte automáticamente en un itinerario turístico, sino que debe contar con una oferta completa, en lo cultural y turístico...” (p.176).</i>
Viajes temáticos	Una versión más compleja de las rutas, destinada a segmentos de mercado en los que la motivación del viaje es muy especializada, su oferta se basa en segmentos de mercado específicos. Por ejemplo, puede visitarse una ciudad para conocer la vida y obra de un personaje relevante (<i>Ruta Monseñor Romero</i>), viajar para conocer las ubicaciones geográficas relacionadas con culturas ancestrales (<i>Ruta Náhuat-Pipil</i>), otros.
Circuito turístico	Es un pilar fundamental de la producción turística, una ruta organizada y especializada, con un conjunto de vías y visitas que se enlazan, constituyendo un itinerario cerrado, que se inicia y termina en idéntico lugar ⁴²
Eventos culturales (religiosos, festivales, otros)	El turismo cultural tiene a su disposición numerosas opciones para atraer a turistas a través de distintos eventos culturales, se destacan: exposiciones (<i>temporales o permanentes</i>), festivales, festividades populares, recreaciones históricas, eventos religiosos, otros ⁴³ .
Excursiones de día	Derivan flujos de visitantes desde focos de atracción del turismo, a través del amplio catálogo de ofertas, se perfila la estructura de un sistema de excursiones que aprovechan la estancia del turista para complementar su experiencia. (Como ejemplo: <i>Buses Alegres</i> gestionados por el ISTU)

Fuente: *Elaboración propia, Apud, Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). Turismo Cultural. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.176-182.*

⁴¹ En El Salvador, se han producido una amplia creación de rutas turísticas, donde los ámbitos geográficos y su cultura le favorecen: *La Ruta de Las Flores (quizá el itinerario cultural y natural por excelencia)*, *Ruta Náhuat-Pipil*, *Ruta Sol y Playa*, *Ruta de La Paz*, *Ruta del Café*, *Ruta Arqueológica*, *Ruta Artesanal*, *Ruta Fresca*. Estos son algunos de los ejemplos de rutas más conocidos, aunque la lista de rutas locales y regionales es numerosa y variada.

⁴² El Ministerio de Turismo (MITUR), a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), en cumplimiento de la Política Nacional de Turismo, integran y promocionan la estrategia turística *Pueblos Vivos*; como *Circuitos Turísticos*. Una apuesta de oferta *producto multidestinos* en los territorios. Cfr: <http://www.contrapunto.com.sv/economia/coyuntura/mitur-lanzo-pueblos-vivos-multidestinos-2015>

⁴³ En El Salvador, existen numerosos eventos culturales que favorecen el desarrollo turístico del territorio o municipio donde se celebran.

2.10.2 Del producto a la experiencia turística cultural

La cultura se convierte en una materia prima esencial para crear auténticas experiencias turísticas. Para que los distintos recursos y atractivos culturales puedan formar parte del consumo turístico, deben ofrecerse en el mercado como productos turísticos adecuadamente estructurados y definidos. Para ello algunos analistas en turismo cultural, proponen la aplicación de una metodología para la creación de productos turísticos culturales.

La generación de valor en la experiencia del consumo turístico, trata de que el turista perciba que un producto turístico es capaz de ofrecerle nuevas y enriquecedoras experiencias y emociones y, en consecuencia, quede satisfecho. Como reconocen Cooper *et al.* (2007: citado en Pulido Fernández, *et al.* 2013). “El turismo, además de una actividad económica, está conformado por un conjunto de experiencias humanas que muchos disfrutan, esperan con ilusión o recuerdan como algunos de los momentos más importantes de su vida”. (p.189).

El turista busca lugares donde vivir experiencias, por lo que el destino debe crear valor en esta etapa de la cadena para ofrecer experiencias valiosas, particulares e inolvidables. Según Machado y Hernández (2008:113, citado en Pulido Fernández, *et al.* 2013). “La visión del turismo del siglo XXI nos proyecta a consumidores más informados, más cultos y exigentes, con reconocida vocación ambientalista, que buscan una mayor autenticidad del producto que le permita vivir su tiempo de ocio en escenarios naturales, limpios y bien conservados, disfrutar de la realización de actividades, vivir experiencias inolvidables” (p.189).

Existe una premisa, de que el turismo cultural implica una aparente necesidad de conocimiento por parte de los turistas, sin embargo, debe considerarse que disfrutar del patrimonio cultural debe ser una actividad ociosa, placentera y que transmita ilusión, en la que el turista disfruta al mismo tiempo que satisface su curiosidad, sensibilidad o afán de conocimiento. Esta inferencia no siempre se considera, sometiendo al turista a una mala gestión del patrimonio cultural con charlas y explicaciones poco interesantes o profesionales, alejándose del concepto de experiencia cultural. La falta de diferenciación y propiedad de una cultura centrada en los turistas le presentan problemas a los destinos, sorprenderlos es insuficiente si lo esencial de la práctica turística no funciona. Una *experiencia turística cultural memorable*, es la próxima arena competitiva de los destinos turísticos sostenibles.

2.10.3 El destino como producto turístico cultural y su tipología.

El destino turístico es la base de planificación y gestión de las políticas turísticas con incidencia en un territorio. Valls (2004: citado en Pulido Fernández, et al. 2013:p.192). Resumen en cinco las características básicas que reúnen un destino turístico: 1) *Espacio geográfico homogéneo*, 2) *Centralidad*, 3) *Recursos disponibles*, 4) *Contar con una marca, (imagen atractiva, que simboliza la oferta, identifica mercado y genera sentimientos)* y 5) *Se comercializa*. Estas características resumen la parte productiva y comercial del destino, puede ser considerado como un *producto* que se posiciona e intenta ser competitivo en los mercados de turismo cultural⁴⁴. El *Anexo 7* ilustra el papel de *la cultura* en la conformación de los destinos turísticos.

Existen dos criterios para clasificar destinos turísticos culturales⁴⁵.

- 1) **Según la forma y capacidad de presentarse al público:** *Destino contenedor (Ofrecer producto) y Destino producto (Gestión de la demanda)*
- 2) **La capacidad del destino para generar flujos turísticos por sí mismo.** La *tabla 26* distingue este tipo de destinos culturales.

Tabla 26. *Tipologías de destinos turísticos culturales.*

Tipología destino	Descripción de tipología destinos de turismo cultural
<i>Destino único</i>	Cuenta con una oferta amplia, variada y atractiva, que convierte la visita y el disfrute de ese territorio en el único objetivo del viaje. En el caso del turismo cultural, es difícil encontrar destinos de este tipo, al margen de los grandes iconos urbanos (<i>Barcelona, Londres, París, Nueva York, otros.</i>).
<i>Destino de base</i>	Sirve como punto de partida a partir del cual el turista se desplaza para visitar otros enclaves de interés durante su viaje. La elección del destino suele estar condicionada por su ubicación estratégica entre los diferentes lugares de a visitar. (<i>La Ruta de Las Flores le permite visitar Santo Domingo de Guzmán.</i>)
<i>Destino como parte integrante de un circuito</i>	Se trata de territorios que atraen a turistas en tanto que son el punto de partida, o de llegada, de viajes organizados para visitar otros lugares, normalmente a través de circuitos. (<i>La Ruta de Las Flores como circuito turístico es el punto de partida para visitar Nahuizalco, Apaneca, Juayua...</i>)
<i>Destinos integrados en recorridos temáticos</i>	El contenido cultural, estructura en torno a la idea de ruta o itinerario turístico. Algunos pueblos que conforman la ruta han perdido su identidad como destino en beneficio de la propia ruta, que es la que se erige como verdadero destino turístico. (<i>La Ruta Náhuat-Pipil</i> , es el ejemplo más significativo del rescate de la lengua y costumbres ancestrales).

Fuente: *Elaboración propia*, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.192.

⁴⁴ Es importante advertir que no todos los destinos turísticos culturales tienen las mismas características, ni responden a las mismas demandas, o se posicionan de la misma manera en los mercados y, menos aún, se gestionan de la misma forma. Existen experiencias, que los destinos mejor posicionados en los mercados no son necesariamente los que cuentan con unos recursos excepcionales, para ello; debe existir una estrategia de destino.

⁴⁵ Es de reconocer, que la gestión turística de cualquier destino depende de la tipología de que se trate, y sobre todo del tipo de destino en el que las partes interesadas en su desarrollo pretendan que éste se convierta.

2.10.4 Comercialización del turismo cultural

La comercialización se ha convertido en uno de los grandes retos del turismo cultural, lo que implica el desarrollo de acciones y estrategias adecuadas para llegar al público objetivo la oferta generada, logrando el posicionamiento deseado. No es una tarea sencilla, como afirma Palmer (2005:128, citado en Pulido Fernández, et al. 2013). “Los destinos turísticos son uno de los productos más difíciles de gestionar desde el punto de vista del marketing, ya que implican a un gran número de públicos y una imagen de marca sobre la que los gestores de los destinos tienen muy poco control” (p.194). Esta actividad incluye dos eslabones de la cadena de valor del *producto-destino turístico*: comunicación (*promoción*) y distribución (*comercialización*).

a) Comunicación

Un importante instrumento de los destinos y empresas turísticas, que pueden así dar a conocer sus ofertas y crear preferencias frente a otros competidores, y debe contribuir a que el turista comprenda mejor lo que se le ofrece. La estrategia de comunicación de un destino influye en el desarrollo turístico, logrando apoyar su posicionamiento o contribuir a su declive. Pulido Fernández, et al. (2013) comenta: “No es suficiente con disponer de un buen producto, y comercializarlo a través del canal de distribución más adecuado, con un buen precio, además, hay que comunicar su existencia” (p.195) ⁴⁶.

La comunicación en el turismo puede tener distintos destinatarios. Por un lado, *El turista*, con objeto de informarle y despertar su interés; *los intermediarios*, por su papel de asesores en la decisión final del turista y *las asociaciones*, buscando su colaboración para enriquecer la oferta del paquete turístico. Los principales instrumentos de promoción utilizados en turismo cultural se tienen: *Venta personal*, *Promoción de ventas*, *Relaciones públicas*, *Publicidad*, *Folletos*, *catálogos*, *mapas*, *otros*.

b) Canales de distribución.

Como en cualquier industria, en el caso del turismo la distribución consiste, básicamente en conectar *la oferta* con *la demanda*. *La distribución*, como variable de marketing, debe encargarse de hacer accesibles a los turistas los productos y servicios, facilitando cada uno de los elementos que integran el viaje. Esta particularidad que se da en el mercado turístico condiciona el diseño y selección de los canales a emplear. Mediano (2004, citado por Pulido Fernández, et al. 2013:197), clasifican los canales de distribución en dos categorías básicas:

- i. **Canales directos**: dan lugar a la distribución directa, porque no aparece ningún agente intermediario entre el prestador del servicio y el turista.
- ii. **Canales indirectos**: aparecen uno o varios intermediarios, se habla de distribución indirecta, que puede ser corta o larga en función del número de agentes intermedios.

⁴⁶ En turismo confluyen diferentes actores (*empresarios*, *organismos públicos*, *población local*) que realizan algún tipo de acción comunicacional para el visitante. Es fundamental coordinar estas actuaciones, para evitar situaciones descoordinadas que generen ineficiencias o confusión al turista, perjudicando la imagen del destino.

2.11 El uso turístico del patrimonio cultural

En este apartado se exponen diferentes instrumentos para el conocimiento y gestión del patrimonio cultural como uso turístico. Para este propósito, esta consultoría aborda la metodología para la confección de un *Inventario de Recursos*, componente central en el análisis de los destinos *turísticos-culturales* y punto de arranque de buena parte de los sistemas de planificación. A continuación, se mencionan los principales tipos de recursos culturales vinculados con el patrimonio histórico y su distinción entre dos grandes bloques: *los bienes inmuebles y la expresión del patrimonio inmaterial*.

2.11.1 Bienes culturales de naturaleza inmueble

Buena parte de las prácticas de turismo cultural se concretan en visitas a bienes inmuebles de diferente tipo, desde yacimientos arqueológicos hasta centros históricos. Estos bienes presentan una amplia gama de valores (*artísticos, históricos, arqueológicos, etnográficos, científicos, técnicos, otros.*) que sustentan su consideración como patrimonio cultural. En este sentido, comprende un *patrimonio heredado*, que remite a la memoria histórica de una colectividad, junto con un patrimonio en construcción, fruto de procesos de creación más recientes. Y de su naturaleza como bienes inmuebles deriva su condición como soporte de buena parte del resto de los recursos culturales: *monumentos, museos, colecciones de objetos muebles; escenario de fiestas y mercados; paisajes rurales, tradiciones productivas; otros*⁴⁷.

Pulido Fernández, *et al.* (2013), señala que el patrimonio histórico cultural: “Está constituido por todos aquellos bienes de valor que conforman la aportación a la cultura y que gozan del mayor nivel de protección de los Bienes de Interés Cultural (BIC)” (p. 119); este autor establece cinco grandes categorías patrimoniales de interés cultural: *monumentos, jardines históricos, conjuntos, sitios históricos y zonas arqueológicas*. A nivel turístico, encontramos situaciones muy dispares, desde elementos que no reciben ninguna visita hasta espacios sometidos a una presión turística que pone en riesgo la propia conservación del recurso.

⁴⁷ Los bienes más relevantes de patrimonio cultural son susceptibles de incorporarse a la *Lista del Patrimonio Mundial* auspiciada por la UNESCO (Esta Lista deriva de la *Convención del Patrimonio Mundial Cultural y Natural*; París, 1972), que parte de la premisa de que existe un patrimonio de *valor universal* en cuya protección toda la comunidad internacional tiene el deber de cooperar. La inclusión de un elemento supone un reconocimiento internacional de sus valores como: *estado de conservación en relación con la presión turística, capacidad de acogida y sistema de gestión de la afluencia de visitantes, modelo de planificación turística, otros*.

Sin embargo, a partir de estas categorías y las establecidas por la *Convención del Patrimonio Mundial*, es posible diferenciar cuatro grandes tipos de bienes culturales de naturaleza inmueble (*Ver tabla 27*).

Tabla 27. Cuatro grandes tipos de bienes culturales de naturaleza inmueble

Tipos de bienes inmuebles	Descripción de tipos de bienes inmuebles culturales
1) <i>Zonas arqueológicas</i>	Lugares donde existen bienes muebles o inmuebles susceptibles de ser estudiados con metodología arqueológica. Existe un segmento de demanda turística, <i>arqueoturismo</i> o <i>turismo arqueológico</i> : una modalidad que se presentan propuestas y productos culturales-turísticos en donde la arqueología es el ingrediente principal.
2) <i>Patrimonio arquitectónico monumental</i>	Aquellas realizaciones arquitectónicas o ingeniería, obras de escultura colosal, de interés <i>histórico, artístico, científico o social</i> . Prima el valor del elemento aislado (<i>iglesia, castillo, palacio, otros.</i>), la obra arquitectónica en sí misma.
3) <i>Sectores y conjuntos urbanos</i>	Deriva de las condiciones de trama urbana, espacios públicos, calles, relaciones entre entorno natural y formas de vida que palpita sobre estas estructuras físicas. En conjunto conforman el <i>patrimonio urbanístico cultural</i> (pueblos, villas y ciudades de dominante histórico), donde <i>el recurso casco histórico</i> se confunde con el propio concepto de <i>destino turístico</i> .
4) <i>Paisajes culturales</i>	Son obras conjuntas que manifiestan la compleja interacción entre nuestra especie y su entorno natural. En todo paisaje se identifica un sustrato natural (<i>orografía, agua, vegetación, otros.</i>) y una acción antrópica que lo altera (<i>formas de vida, creencias, costumbres, otros</i>). Se identifican tres tipos de paisajes culturales:
	1. <i>Paisajes concebidos</i> , espacios claramente delimitados y creados intencionalmente por el hombre (<i>parques y jardines</i>).
	2. <i>Paisajes evolutivos</i> (<i>orgánicamente desarrollados</i>) reflejan la forma de actuar del hombre sobre la naturaleza para satisfacer sus necesidades: Se diferencian dos subtipos:
	<div data-bbox="1015 1087 1433 1192" data-label="Text"> <p><i>Paisajes vestigio</i> (<i>reliquias, fósiles</i>), cuyos procesos productivos concluyeron en el pasado, pero sus rasgos todavía son visibles materialmente.</p> </div> <div data-bbox="1015 1192 1433 1308" data-label="Text"> <p><i>Paisajes activos</i> (<i>vivos</i>), que siguen funcionando en la sociedad contemporánea pero asociados con modos de vida tradicionales.</p> </div> <div data-bbox="544 1308 1433 1409" data-label="Text"> <p>3. <i>Paisajes asociativos</i>: aquellos en los que existen poderosas asociaciones <i>religiosas, artísticas o culturales con el medio natural</i>. Categoría permite oportunidades para valorar el patrimonio sagrado por culturas indígenas</p> </div>

Fuente: *Elaboración propia*, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.122-133.

2.11.2 Expresiones del patrimonio cultural inmaterial

El patrimonio cultural también abarca otras manifestaciones que grupos y comunidades han recibido de sus antepasados y transmiten a sus descendientes, a menudo de manera oral. La UNESCO define el Patrimonio Cultural inmaterial como⁴⁸:

⁴⁸ Adoptada en la 32ª Reunión de la Conferencia General UNESCO (París, 2003: vigencia 2006). Convención y proclamación para la Salvaguarda de obras muestras del Patrimonio Cultural Inmaterial.

“Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas; junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes; que las comunidades, y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana”. (Citado en Pulido Fernández, et al. 2013:p.133).

La tipificación de estas manifestaciones del patrimonio cultural es compleja, una misma expresión incorpora multitud de elementos⁴⁹. La **tabla 28** identifica cuatro grandes ámbitos:

Tabla 28. *Ámbitos del Patrimonio Cultural Inmaterial*

Ámbitos del Patrimonio Cultural Inmaterial	Descripción
1. <i>Tradiciones y expresiones orales</i>	Incluyen proverbios, adivinanzas, cuentos, canciones infantiles, leyendas, plegarias, encantamientos, otros.
2. <i>Artes del espectáculo</i>	Comprende representaciones de música tradicional, danzas, teatro.
3. <i>Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo</i>	Este ámbito se extiende a numerosas áreas, tales como la sabiduría ecológica tradicional, la etnobiología, sistemas de curación tradicionales, usos alimentarios, creencias indígenas y religiosas, ritos iniciáticos, adivinaciones, cosmologías, chamanismo, otros.
4. <i>Técnicas artesanales tradicionales</i>	No tanto los productos artesanales en sí mismos, si no las competencias y conocimientos que son imprescindibles para que no desaparezca su producción.

Fuente: *Elaboración propia*, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.134.

Esta consultoría comenta las dos manifestaciones de alta cultura por excelencia.

a) Fiestas, conmemoraciones y otros eventos similares

En El Salvador, como en otros países han conservado tradiciones festivas centenarias, profundamente ancladas en lo más hondo de cada comunidad local. Donde una simple mirada al calendario, descubre de inmediato la enorme riqueza de fiestas y conmemoraciones que se mantienen. Algunas de estas tradiciones presentan un atractivo turístico reconocido desde hace décadas, el que se apoya en múltiples factores: la espectacularidad y colorido de multitud de manifestaciones (*desfiles, disfraces, procesiones, espectáculos pirotécnicos, mascaradas y otros rituales de participación*); su componente lúdico; y su dimensión patrimonial como encarnación de la identidad local.

⁴⁹ La orientación turística de estas manifestaciones, necesitan de un tratamiento diferenciado respecto a los bienes culturales inmuebles. La UNESCO manifiesta que la *agenda turística* con acontecimientos culturales populares, con especial representación de las fiestas tradicionales, es considerada una manifestación de alta cultura.

Buena parte de las fiestas tienen en origen un fuerte componente religioso: la *Semana Santa*, es una manifestación de fervor y devoción popular que desborda los límites de las iglesias y el espacio urbano. Además de las festividades genéricas, cada localidad celebra fiestas específicas bajo la advocación de su santo patrón tutelar: *Divino Salvador del Mundo* (San Salvador), *San Juan Bautista* (Nahuizalco), *San Fermín* (Pamplona, España). Algunas de estas celebraciones se configuran como *acontecimientos turísticos* de primera entidad, que suponen el momento álgido de la llegada de visitantes.

b) Artesanía, gastronomía y otras tradiciones

La delimitación del concepto de *artesanía* es una tarea compleja, Pulido Fernández, *et al.* (2013), lo define desde un enfoque multidimensional y un punto de vista tecnológico⁵⁰:

El producto artesano es el resultado de un proceso de producción fundamentalmente *manual*; desde una *perspectiva antropológica*, es un modo de producción tradicional que le proporciona las técnicas, los útiles y los diseños y configura una actividad que no ha sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo; desde una *óptica cultural*, se funde con el concepto de “*arte popular*”, arte anónimo transmitido en muchas ocasiones de forma oral de generación en generación. (p. 136).

A continuación se describe algunas tradiciones del patrimonio cultural inmaterial (*Ver tabla 29*)

Tabla 29. Tradiciones consideradas como parte del patrimonio cultural inmaterial

Patrimonio Cultural Inmaterial	Descripción del Patrimonio Cultural Inmaterial
<p>La artesanía tradicional</p> <p><i>La adquisición de productos artesanos es una forma de consumo cultural.</i></p>	<p>Se expresa en muchas formas: <i>indumentaria y joyas, objetos rituales, instrumentos musicales y enseres domésticos</i>. La orientación hacia el mercado turístico favorece efectos contrapuestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permite la conservación de las tradiciones artesanas • Se <i>analizan</i> las estructuras productivas, materiales, técnicas y diseños; limitándose a una producción fabril estandarizada donde lo <i>artesanal</i> es denominación.
<p>La gastronomía</p> <p><i>Una manifestación cultural</i></p>	<p>Tiene muchas concomitancias con la artesanía. Constituye una manifestación cultural innegable de <i>importancia económica</i> (restaurante, comercio, otros.) y de <i>representación (identidad y patrimonio a través de la alimentación)</i>. En tanto que la práctica turística, constituye una vía de acceso al lugar visitado, además de contribuir en la recuperación del mundo rural (<i>agricultores, artesanos del sector culinario, instituciones, otros.</i>).</p>
<p>Otras tradiciones</p>	<p>Mercados y ferias a cielo abierto, con un modelo de funcionamiento similar al de hace cientos de años (<i>el mercadito nocturno de Nahuizalco</i>).</p> <p>Sitios históricos, lugares vinculados a ciertos acontecimientos donde perviven poderosas asociaciones históricas, religiosas, artísticas, etnológicas o culturales. (<i>la matanza de indígenas en Izalco y Nahuizalco de 1932</i>)</p>

Fuente: *Elaboración propia*, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.136-137.

⁵⁰ La UNESCO a través de *La Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*, otorga especial importancia a las técnicas artesanales tradicionales.

2.12 Los actores del turismo cultural

El conocimiento sobre los actores que intervienen en el desarrollo turístico del territorio y de sus relaciones, es un elemento básico para la gestión activa de cualquier destino; y de importancia trascendental en las estrategias y las acciones que deben emprenderse para adaptarse a las cambiantes condiciones del entorno. Además, la mayor o menor voluntad de los agentes turísticos para trabajar de forma conjunta y coordinada también condiciona las características de la oferta turística y su forma de gestión; por ello la necesidad de identificar a los actores que intervienen durante el proceso y evaluar sus relaciones.

Sobre estos actores del turismo cultural, Pulido Fernández, *et al.* (2013) comenta: “*Que el reto está en identificar y tener en cuenta las preocupaciones e intereses, presentes y futuros, de este amplio espectro de personas y organizaciones, integrándolas en el proceso de toma de decisiones bajo el principio de sostenibilidad*” (p.143). En este sentido, **cooperación y colaboración** se convierten en dos aspectos clave para la toma de decisiones relativas a la planificación y gestión de los destinos turísticos culturales, especialmente de aquellos en los que existe una creciente presión sobre los recursos más emblemáticos para el turismo. En este apartado se identifican y conceptualizan los actores turísticos que conforman y operan en un *ecosistema turístico*, así como sus relaciones, sinergias y divergencias; que condicionan su capacidad y potencial de acceso al mercado turístico cultural.

2.12.1 El ecosistema turístico cultural

La naturaleza de la actividad turística, es caracterizada por su complejidad y protagonizada por un conjunto de actores en permanente interacción, esto obliga al desarrollo de instrumentos analíticos que permitan una conceptualización integral del turismo como un fenómeno sistémico. Desde una óptica interna, se acepta que el destino turístico se comporta como un sistema abierto que favorece la interacción entre los visitantes y el territorio, y un intercambio entre las diferentes partes que lo componen, con una lógica de procedimientos definida por las interconexiones e interacciones que existen entre sus subsistemas subordinados, tiene una organización y persigue unas metas. Pulido Fernández, *et al.* (2013:p.143-144) define un *ecosistema turístico cultural*: como un sistema abierto que favorece la interconexión e interrelación de los múltiples actores implicados en el desarrollo turístico de cualquier territorio especializado en turismo cultural.

Un Sistema Turístico, es definido por Laws (1985: citado en Pulido Fernández, et al. 2013) de la siguiente forma: “Un Sistema Turístico, es un grupo de agentes unidos por relaciones con reglas específicas en el que la acción de cada sujeto influye en la de otros, de manera que los objetivos comunes tienen que definirse y alcanzarse de un modo coordinado” (p. 145). El mismo autor aplica este pensamiento al turismo con el concepto de *ecosistema turístico cultural*; concebido como un sistema abierto de múltiples (*privados y públicos*) e interdependientes (*la acción de una de las partes genera impactos sobre las otras*) actores.

En este contexto, se plantea una dinámica relacional de *cooperación y colaboración* por partes interesadas, como elementos claves e incuestionables para la planificación y gestión de un ecosistema turístico. Esta figura es conocida por la literatura anglosajona como *Stakeholders*⁵¹. A continuación, se identifican los diferentes *Stakeholders* que participan, sus características y las relaciones que se establecen entre los componentes del mismo.

2.12.2 Identificación de los principales *Stakeholders*

Desde una perspectiva general, se identifican a los grandes grupos de actores más habituales que están involucrados en la planificación y gestión de un ecosistema turístico cultural. La dinámica particular de cada territorio genera sus propios agentes, por lo que, en cada caso, habrá que proceder a una identificación particularizada (*Ver figura 11*)⁵².

Esta consultoría, analiza la interacción del ecosistema turístico cultural por cada grupo:

- **PRIMER BLOQUE (Proceso de Producción Turística):** se incluyen todos los agentes involucrados o relacionados directamente con la creación de producto turístico, junto con los *organismos de gestión*, a los que hay que sumar los *agentes del tercer sector turístico* y agencias de cooperación al desarrollo. Este grupo de actores está estrechamente relacionado con operadores turísticos, la demanda potencial y los organismos internacionales (*no forman parte del ecosistema turístico cultural*), pero que tienen un papel determinante en el éxito operativo.
- **SEGUNDO BLOQUE (Proceso de Producción Cultural):** está compuesto por el conjunto de actores relacionados con la creación de producto turístico cultural; que parte de la existencia de recursos culturales convertidos en productos culturales, por tanto, todos los agentes implicados en estos procesos, necesariamente, deben considerarse como parte integrante del ecosistema turístico cultural. Estos grupos están relacionados con los que conforman el primer bloque, especialmente, con la parte productiva, pero también generan bienes y servicios dirigidos a los residentes.

⁵¹ Personas, instituciones y organizaciones, que cuentan con un proceso de participación informada y activa, en las que influyen o se ven afectadas, por el desarrollo del turismo en cualquier territorio.

⁵² Este modelo no se trata de compartimento cerrado, hay algunos agentes que se han adscrito a un grupo pero que podrían incluirse en algún otro, incluso en varios de ellos.

Figura 11. *Actores interrelacionados del Ecosistema Turístico Cultural*⁵³

Fuente: *Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.146

⁵³ La intervención de las *administraciones públicas* y su interacción con los distintos agentes, a través de lo que se conoce como *política turística*, condiciona notablemente (*poder de influencia y de interconexión con el resto de partes interesadas*) el funcionamiento del ecosistema turístico cultural.

En el centro del ecosistema, como beneficiarios de los bienes y servicios generados en el ámbito de *la cultura* y también de algunos de los generados en el ámbito del turismo, se encuentran *los residentes*. También aparecen *los visitantes o turistas*, que están íntimamente conectados con los actores que conforman el primer bloque y también con los habitantes. Además, es de considerar otros grupos de agentes que tienen significativa influencia en el desarrollo del ecosistema turístico, como son los *medios de comunicación* y, especialmente en el ámbito de la cultura, todas las instituciones, organizaciones y empresas que canalizan la *Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. **La tabla 30** describe brevemente la atribución de tan variado y complejo número de actores interrelacionados del ecosistema turístico cultural.

La tipología de *Stakeholders*, su número y las características concretas de cada uno de ellos variarán para cada caso concreto. Manente y Minguetti (2006: citado en Pulido Fernández, et al. 2013), señalan: “Lo importante, no es identificar a los actores que conforman cualquier ecosistema turístico, sino comprender las expectativas, su participación y estrategias de gestión; que cada uno de ellos tiene en relación con el destino turístico” (p.165).

Los *recursos y atracciones del Ecosistema*, constituyen una parte esencial del producto turístico; proporcionando por excelencia la motivación principal para el desplazamiento al destino. Habitualmente, se han utilizado diferentes criterios para clasificarlos: *la propiedad, la capacidad, el mercado o la zona de captación de los clientes, la permanencia y el tipo de recurso*. Según este último criterio, Pulido Fernández, et al. (2013:154); distingue la siguiente clasificación (*Ver figura 12*):

Figura 12. Clasificación de recursos y atracciones turísticas (Atendiendo el tipo de recurso)



Fuente: Elaboración propia, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.154.

Tabla 30. Descripción de habituales actores interrelacionados (Stakeholders) del Ecosistema Turístico Cultural

Tipología de Stakeholders	Breve descripción de actores interrelacionados del ecosistema turístico cultural
Propietarios públicos	Muchos de los recursos y atracciones utilizados en la creación del producto turístico son de titularidad pública, y es, por tanto, a la administración, del nivel que sea, a la que corresponde la toma de decisiones sobre la puesta en valor y gestión de los mismos. A diferencia de lo que ocurre con otras tipologías turísticas, en el caso del turismo cultural, los titulares de determinados bienes culturales integrantes del patrimonio histórico pueden condicionar notablemente la gestión turística.
Administraciones públicas	El desarrollo de la actividad turística depende o está condicionado en algunos casos, de las actuaciones de las administraciones públicas. El papel de “ <i>lo público</i> ” es esencial en la conformación, consolidación y gestión de un destino turístico. Se centra básicamente, en cuatro aspectos principales: a) <i>búsqueda continua de concertación pública-privada</i> ; b) <i>creación de un entorno innovador</i> ; c) <i>regulación y control para el uso turístico sostenible de los bienes y recursos</i> ; y d) <i>prestación de un conjunto básico de servicios</i> .
Organismos de gestión turística	La principal función de este tipo de organismos es la de organizar y aglutinar la oferta turística local (alojamientos, restaurantes, museos, otros, incluso operadores turísticos), aprovechando el conocimiento específico que tienen del territorio en el que operan, y generando un producto turístico apto para ser distribuido en el mercado.
Tercer sector turístico y agencias de cooperación al desarrollo	Surge a partir de la existencia de una tercera esfera de acción que escapa a los límites del mercado y del Estado. Bajo esta denominación se incluye un conjunto de organizaciones como: <i>asociaciones, fundaciones, organizaciones no gubernamentales (ONGs), agencias nacionales e internacionales de cooperación al desarrollo</i> ; asumen un papel dinamizador del desarrollo turístico, convencidos que el turismo es un instrumento con capacidad para generar riqueza en los territorios.
Comunidad receptora (residentes)	Los residentes aparecen entre los principales beneficiarios sobre los efectos del desarrollo del turismo, comparten su espacio de residencia con otros que quieren conocerlo, y están dispuestos a pagar por ello. El <i>ecosistema turístico cultural</i> es un escenario, a la vez, turístico y residencial, por lo que es necesario hacer compatibles la satisfacción de las necesidades de los turistas y la de los residentes.
Visitantes	El turista (<i>demanda real y excursionistas</i>) es uno de los actores principales del ecosistema turístico, bajo un análisis de gestión interna del destino que no incluye la demanda potencial. Existe una gran cantidad de factores que condicionan la toma de decisiones de quien se dispone a viajar a un destino turístico cultural. La gestión de los visitantes se ha convertido hoy en uno de los principales retos a los que se enfrenta la gestión turística de los destinos culturales.
Filantropía estratégica (RSE)	La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) denominada <i>filantropía estratégica</i> ; se ha convertido en una herramienta muy utilizada por entidades empresariales, para canalizar su cooperación en el ámbito turístico; por ser instrumento de desarrollo local en el bienestar de sus habitantes y sus capacidades para la puesta en valor de generación de empleo.
Medios de comunicación	Tienen un papel clave en la imagen percibida por el turista de cualquier destino turístico, siendo uno de los principales elementos que condiciona la elección de los visitantes. Existe un creciente número de medios de comunicación especializados en turismo, que favorecen la cultura del viaje, aumentando y mejorando la información de los potenciales clientes.
Industrias culturales	Son uno de los campos más dinámicos de la economía y la cultura a nivel mundial. UNESCO (1982) las define como: “ <i>Un sector que conjuga la creación, la producción y la comercialización de bienes y servicios, en los cuales la particularidad reside en la inteligibilidad de sus contenidos de carácter cultural</i> ”. Por tanto, las industrias culturales vinculan a la cultura con la economía, y, a la vez, ubican a la creatividad como un elemento clave de competitividad y de diferenciación de gran interés de cualquier destino turístico.
Tercer sector de la cultura: organizaciones, asociaciones y redes	Se trata de un grupo muy heterogéneo de organizaciones, asociaciones y redes; que se han convertido en un amplísimo paraguas bajo el que se aglutinan un volumen importante de organizaciones del ámbito de la cultura, que muestran un creciente acercamiento hacia el turismo, como un vehículo para canalizar la generación de la demanda atraída por la producción cultural.
Centros de formación e investigación	<i>El capital humano y conocimiento</i> , se han convertido en dos aspectos clave para la competitividad de los destinos turísticos culturales. Consecuentemente, los centros de formación e investigación son parte fundamental de todo el entramado institucional del sistema turístico. Tales como: Generar conocimiento, difusión de valores del patrimonio cultural y el desarrollo de herramientas de gestión turística.

Fuente: Elaboración propia, Apud Pulido Fernández, *et al* (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.154-164.

2.13 Mercado Turístico Cultural

Existe un creciente reconocimiento mundial sobre el papel de la cultura y la creatividad como importantes motores económicos. Un estudio de la *Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE:2009)*⁵⁴ sobre la importancia económica de la cultura ha puesto de manifiesto que, en varias de las principales economías del mundo, el valor de las industrias culturales supone entre el 3 y el 6% de la economía total. Por tanto, la combinación de *turismo y cultura* es en varios países un motor extremadamente potente para la economía.

En El Salvador no se cuenta con estadísticas precisas en turismo cultural⁵⁵, sin embargo como industria turística nacional; donde los hogares salvadoreños destinan actividades relacionadas con el ocio y la cultura; El Ministerio de Turismo (*MITUR*), organismo rector en materia turística; en su *informe de Rendición de Cuentas Junio 2014-Mayo 2015*⁵⁶, destaca importantes cifras económicas: un impacto cercano del 5% del Producto Interno Bruto (*PIB*), incrementos del sector en 5% anuales, excede de 1.9 millones de visitantes internacionales generando más de \$1,000 millones en divisas y no menos de 48,000 empleos formales. Este sector, en uno de los rubros económicos más fértiles en inversiones y de mayor confianza, logros que han permitido escalar modestos puestos en el *ranking* mundial de competitividad turística.

La cultura adquiere una creciente importancia en la configuración y consolidación de los destinos, contribuyendo a su diferenciación en un mercado global saturado, mimético y poco creativo. A la vez, el turismo puede ser una potente herramienta a favor de la cultura, contribuyendo a la generación de ingresos que puedan apoyar y fortalecer el patrimonio, la producción y la creatividad cultural. Consecuentemente, como reconoce la propia OCDE (2009), consolidar una relación fuerte entre *turismo y cultura* puede ayudar a los destinos a ser más atractivos y competitivos, como lugares para vivir, visitar, y en los que trabajar e invertir.

⁵⁴ La OCDE es uno de los generadores más grande de estadísticas económicas e información de política en el mundo, fundada en 1961, agrupa a 34 países miembros y su misión es promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo. Cfr: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf>

⁵⁵ En El Salvador, como en otros países; la información disponible sobre la relación entre *cultura, turismo y desarrollo económico* es limitada, en la medida en que son muy pocos los destinos, organismos e instituciones que recopilan datos sobre volumen y patrones de consumo turístico relacionado con la cultura.

⁵⁶ Ministerio de Turismo (2015), República de El Salvador. *Informe de Rendición de Cuentas Junio 2014-Mayo 2015*. p.42. Cfr: http://issuu.com/ministeriodeturismo/docs/rendicion_de_cuentas_2015

Pulido Fernández, *et al.* (2013), expone una definición clara de mercado turístico cultural:

“Mercado turístico cultural: es el mecanismo que asegura que se articule la relación entre oferta y demanda, a través del intercambio de bienes y servicios turísticos, y se determinen sus precios” (p.236).

La idea de mercado implica, por tanto, el comercio regular y regulado, en el que existe competencia entre los participantes. Es mediante el mercado que:

- Se relacionan los diferentes agentes que intervienen en el proceso: las demandas de bienes y servicios por parte potenciales clientes y la oferta de las empresas prestadoras.
- Se dirimen las capacidades competitivas de cada destino para posicionarse ante la potencial demanda (*turista final y operadores turísticos*).

Mediante estos criterios y definición de mercado turístico cultural, esta consultoría advierte que *mercado*, no se trata de un concepto físico, sino más bien operativo, en el que confluyen los intereses de oferta y demanda.

2.13.1 Conformación del mercado turístico cultural: *tipologías de mercado*

No todos los destinos tienen capacidad para competir en cualquier tipo de mercado, de ahí la necesidad de los agentes que operan en cada destino de delimitar claramente los mercados objetivo, en función de sus ventajas comparativas y competitivas y de las grandes fuerzas globales que condicionan el entorno. En la conformación del *mercado turístico cultural*, esta consultoría gira en torno a dos propuestas:

- 1) Se analiza cómo se conforma el mercado turístico cultural, ante lo múltiples y diferentes mercados turísticos culturales.
- 2) Se realice una clasificación de los mercados de turismo cultural, orientado a demostrar que puede haber tantas tipologías como formas diferentes de articular las relaciones entre oferta y demanda de productos y servicios turísticos culturales.

La estructura de cualquier mercado turístico está condicionada por la escala del mismo, dependiendo de la amplitud y profundidad, lo que permite distinguir entre mercados internos o nacionales, y mercados externos o internacionales. Se analizan estas escalas:

- **Amplitud:** Un mercado será tanto más amplio cuanto mayor sea el volumen de productos y servicios que en él se intercambian, lo que permite: una más rápida estabilización del precio en el mercado, con mayor facilidad se pueden satisfacer los deseos de oferentes y demandantes potenciales, al proporcionar una amplia y variada gama de productos y servicios, acorde con las necesidades de los mismos.
- **Profundidad:** tiene que ver con el número de órdenes de compra y venta que existen para cada producto o servicio. Ello depende, por supuesto, de la libertad de acceso que exista a ese mercado (*grado de apertura*) y de la transparencia del mismo (*cuanto mejor y más barata sea la información, más fácil será que los agentes participen y mayor será el volumen de negocio*).

En el ámbito de la distribución y la transformación de los modelos de comunicación en los mercados de turismo, Pulido Fernández, *et al.* (2013) comenta: “La singularidad del producto turístico explica que los mecanismos de conexión (*canales de distribución*) entre los proveedores y sus potenciales clientes sean imperfectos. Respecto de los canales de distribución se suelen distinguir dos categorías:

- 1) **Distribución directa:** el productor de servicios turísticos accede directamente, sin intermediarios, al consumidor final, asumiendo funciones de distribuidor comercial, lo que redundaría en un incremento de su margen de ventas, pero también en un aumento de los riesgos.
- 2) **Distribución indirecta:** habitual en el mercado turístico, opera a través de detallistas (*agencias de viajes minoristas*), o bien mediante el doble canal formado por el turoperador o mayorista y la agencia minorista. La intermediación justifica su intervención, por su contribución a que el destino responda de forma eficiente a las peticiones de los potenciales clientes cada vez más segmentados, informados y exigentes; mejorando niveles de competitividad⁵⁷.

Por otra parte, se deben advertir determinantes de un tipo de mercado concreto como los siguientes: *el perfil del turista* que condiciona claramente el tipo de oferta a comercializar y, con ello, el volumen de negocio que se puede generar; *la capacidad de los actores locales* para controlar su propio proceso de desarrollo turístico y el nivel de explotación de sus recursos más emblemáticos, condicionando el tipo de producto que se puede crear y comercializar. También *la disponibilidad de determinados tipos de recursos* y, sobre todo, el tipo de decisiones respecto a su puesta en valor en relación con lo que se quiere transmitir (*una identidad, una cultura, otros.*), más allá de la mera obtención de un beneficio económico.

Pulido Fernández, *et al.* (2013) apunta:

En esta nueva era, la idea del mercado como algo *estático, estable, rígido y perfectamente predecible* empieza a ser una ficción. En un futuro cada vez más inmediato existirán infinitos mercados, tantos como clientes, que serán inestables y aparecerán y desaparecerán de forma dinámica, flexible y voluble en respuesta a los cambios producidos en este nuevo mundo crecientemente multicultural, globalizado y policéntrico (p.239).

Sobre esta premisa se enfocan cuatro tipologías de mercados de turismo cultural (*Ver tabla 31*), en las que el proceso de producción y los canales de distribución son diferentes⁵⁸.

⁵⁷ Sobre esta categoría, pareciera que en definitiva *el intermediario* se encarga de conectar el destino con los turistas. Este escenario ha cambiado sustancialmente en los últimos años; en el ámbito del turismo cultural, el desarrollo de muchos productos y destinos es aún muy incipiente, lo que implica que ni siquiera se han consolidado los procesos de producción o cadenas de valor, por lo que la operatividad en los mercados turísticos, además de ser crecientemente compleja, es muy variada.

⁵⁸ No se trata de una clasificación única ni excluyente, hay que reconocer que en todas las tipologías se pueden encontrar aspectos que han servido para caracterizar a otras; y no sorprende en un escenario de cambio global, en dónde; de un día para otro, nada parece lo que en un principio era.

Tabla 31. *Tipologías de mercados de turismo cultural*

Tipología	Descripción de tipología de mercado (<i>Producción y distribución</i>)
De masas	Son mercados organizados, estructurados y jerarquizados a gran escala, denominados “ <i>producción turística industrial</i> ”. Los productos turísticos están estandarizados, el perfil de consumidor es muy básico (<i>colecciona visitas rápidas y superficiales a los destinos</i>). La distribución está controlado por turoperadores. Su rentabilidad está en el volumen con una estrategia de liderazgo en costos.
Especializados	Centra sus productos con demandas reducidas, especializadas y exigentes, y en consecuencia, más complejas de gestionar y con precios elevados. Son mercados organizados que están controlados por operadores turísticos. La ventaja estratégica se centra en la alta segmentación y la generación de valor, por lo que su rentabilidad no está en volumen sino en un modelo de negocio basado en ofertar un producto turístico exclusivo que garanticen experiencia única.
A su aire	El turista organiza el viaje de forma particular, <i>a su aire</i> ; partiendo de las características del territorio que se visita, o del propio turista. Este mercado no requiere o no existe ningún tipo de intermediario. Se trata de mercados que no están organizados ni estructurados. No existe una oferta estructurada sino territorios que generan el interés de los potenciales turistas.
 Mercados de turismo cultural 2.0	Internet ha configurado un mercado más transparente y competitivo, que obliga a turoperadores a reposicionarse. La red se ha convertido en la carta de información más utilizada para la organización de viajes. El concepto más utilizado para referirse a este nuevo escenario es el de <i>web 2.0</i> . Queda por hacer, especialmente desde el lado de la oferta, que se adapta por el momento de forma ineficiente a los cambios que se están produciendo la demanda.

Fuente: *Elaboración propia*, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.239-244.

Igualmente, en la *Figura 13*, se identifican algunos de los turismos culturales específicos que más interés están despertando entre los turistas y la propia industria turística

Figura 13. *Segmentos específicos del turismo cultural.*

Fuente: *Elaboración propia*, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.239-244.

2.13.2 Transformaciones en el mercado turístico cultural

La riqueza cultural de un destino, se ha considerado por años como un *aspecto complementario* de las motivaciones vacacionales. En la actualidad, *el patrimonio cultural* se ha convertido en una apuesta decidida por parte de diversos destinos que desarrollan estrategias de reposicionamiento para ganar cuota de mercado. Esta concepción *de la cultura*, en los destinos turísticos conlleva un cambio en la problemática tradicional que conllevaba su gestión. *La tabla 32* detalla las transformaciones a los que tendrán que adaptarse los mercados de turismo cultural en los próximos años, si quieren mantener un cierto margen de maniobra.

Tabla 32. *Transformaciones del Mercado Turístico Cultural*

Transformaciones mercado turístico cultural	Descripción
Del individualismo turístico a una política holística de gestión de destinos	Ya no basta con gestionar el negocio individual, cada vez más depende del territorio y entorno en el que se desarrolla. Hace falta <i>una visión holística</i> . En los próximos años, las empresas turísticas (incluidos los turoperadores), comprenderán la importancia de <i>colaborar</i> con otros miembros de la cadena de valor del destino. Esta tendencia implica un cambio de la gestión tradicional con un nuevo concepto de gestión integrada. Este cambio de planteamiento traduce la ventaja competitiva a una <i>ventaja colaborativa</i> .
De la orientación al proveedor a la orientación al cliente	La estrategia tradicional se orienta a la realización de viajes rutinarios multidestinos, masificado y despersonalizado. En el ámbito del turismo cultural, por las propias características de muchos de los recursos con los que se opera; será necesario orientar el modelo hacia el cliente, la personalización del viaje, buscando asegurar una experiencia única, memorable. Se deberá priorizar la conexión entre el turista y la cultura que lo acoge sobre la mera obtención de un beneficio económico.
De los mercados genéricos a la búsqueda de específicos⁵⁹	Hoy día, el turismo es una actividad formada por muchos mercados específicos. La clave está en las motivaciones de la demanda, en algunos casos y circunstancias puede ser un <i>turismo genérico</i> en otras condiciones puede ser <i>específico</i> . Hay tantas clasificaciones de turismo cultural como motivaciones pueda tener el turista.
Incorporación masiva de innovaciones tecnológicas	Expertos señalan que en los próximos años se producirá la incorporación al mundo del turismo de una gran cantidad de innovaciones tecnológicas que optimizarán la experiencia de los viajeros durante sus desplazamientos. Los principales cambios se producirán a través de la combinación de internet móvil con las redes sociales, lo que facilitará nuevas oportunidades a las empresas de viajes para mejorar la experiencia de sus clientes. El auge de las herramientas virtuales puede cambiar el concepto y los patrones de viajar, la forma de producir, posicionar, promocionar y consumir turismo.
Nuevos y más dinámicos actores⁶⁰	El mercado turístico ha dejado de tener actores monofuncionales, cualquier <i>actor</i> tiene la posibilidad de actuar en las fases de la cadena de valor. Con este enfoque desaparece la visión tradicional de que el consumidor <i>sólo consume</i> y el productor <i>sólo produce</i> , <i>ambos</i> producen de forma conjunta. En el ámbito del turismo, el papel del consumidor turístico es crecientemente activo, (<i>perfil del prosumidor</i>), proactivo, informado experto, que ejerce una gran influencia. Para ellos, el viaje es una experiencia memorable, más que el propio viaje.

Fuente: *Elaboración propia, Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.247-254.

⁵⁹ En el turismo cultural, los segmentos de mercado tendrán menos estabilidad y estarán más fragmentados, requiriendo de una investigación de mercado exhaustiva y coherente, utilizando técnicas de segmentación y mejores herramientas de análisis para aportar nuevos conocimientos aumentando la conciencia en los gestores de destinos sobre el funcionamiento de la demanda.

⁶⁰ Alvin Toffler (1980: citado en Pulido Fernández, et al. 2013:253) acuñó el concepto de *prosumidor*, refiriéndose a personas con capacidad para crear bienes, servicios o experiencias para su propio uso, sin ningún afán de lucro o interés comercial. El consumidor se incorpora en los procesos de producción y distribución.

2.14 Políticas públicas (*Gobernanza*) del turismo cultural

El turismo cultural se percibe desde perspectivas muy diferentes, los *agentes turísticos* que operan en los distintos subsectores no tienen los mismos puntos de vista y también es distinta la posición de los actores *públicos y privados*. Sin embargo, el turismo o destino cultural se percibe *como un todo* por el turista, por lo que resulta necesario que alguien asuma la labor de *coordinación y gestión* de las interdependencias entre *turismo y cultura*. La política turística tiene como objetivo básico promover un correcto desarrollo de la actividad turística, tratando de disminuir los impactos negativos y de impulsar los positivos.

Pulido Fernández, *et al.* (2013), define la política turística de la siguiente manera:

Política turística: es el conjunto de acciones que impulsan los gobiernos en ámbito de su competencia con la intención de mejorar el turismo en un destino determinado. Se trata de un conjunto de decisiones y actuaciones con vocación integral cuyo objetivo general sea enfrentar los retos de los *destinos, actores y productos*.

Existe una idea generalizada, que la tarea de coordinar a los diferentes actores, tomar decisiones colectivas, diseñar e implantar políticas y programas para el turismo; es competencia única de los gobiernos. Sobre esta postura, Pulido Fernández, *et al.* (2013:p.261), argumenta dos explicaciones fundamentales:

- i. Que *el turismo* es un fenómeno que se construye sobre una oferta de la que forman una parte esencial de bienes públicos (*la cultura, las playas, los paisajes...*) y, por tanto, no puede estar sometido exclusivamente a la lógica del mercado.
- ii. El Turismo es un fenómeno generador de diversos conflictos de interés, que han de ser enfrentados por aquellos que pueden tomar decisiones colectivas, *los gobiernos*.

Sin embargo, las últimas décadas del siglo XX desdibujan el papel protagonista de los gobiernos, cada vez es más evidente la necesidad de una nueva forma de gestión *de lo público*, y que sólo es posible mejorando las relaciones entre *actores públicos y privados*. Una fórmula que recibe el nombre de *gobernanza*, basada en la integración, **colaboración e interdependencia**; cuyo trabajo en conjunto permite: cumplir objetivos y mejorar rendimientos que demuestran que los destinos turísticos ganan *ventaja competitiva* si agrupan conocimiento, experiencia, capital y demás recursos que se poseen, pero lo más importante: enfrentar retos y conflictos de los destinos culturales mediante dos estrategias fundamentales que se estudian a continuación: *las políticas públicas y las redes de actores*.

2.14.1 Políticas de turismo cultural

El turismo es un fenómeno que ha crecido intensamente en las últimas décadas, de manera simultánea se ha intensificado la acción de los gobiernos, diseñando e implantado algún tipo de *política turística*. Es preciso preguntarse *¿Debe existir una política turística general y una específica para el turismo cultural?* Pulido Fernández, *et al.* (2013, p.263) responde a esta interrogante en dos dimensiones relacionadas con la definición de cultura:

- i. **Definición amplia de cultura:** turismo sería el mero contacto con una sociedad distinta a la habitual. Por tanto, todo el turismo es cultural y, en consecuencia, toda *política turística* sería, en realidad, una política de turismo cultural.
- ii. **Definición más restrictiva de cultura,** el turismo cultural es el conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a los turistas disfrutar de *manifestaciones culturales, artísticas y patrimoniales* en un entorno distinto al habitual. Y existirían políticas, estrategias y acciones específicamente diseñadas para ese fin.

No es usual encontrar políticas específicas para el turismo cultural, pero si es más habitual dentro de políticas turísticas generales, líneas específicas de acción, objetivos, programas o acciones dirigidas al turismo cultural. Pulido Fernández, *et al.* (2013) afirma:

La singularidad de las políticas dirigidas al turismo cultural podría tener su origen en la particularidad de los bienes con los que se construye la oferta: *las manifestaciones culturales*. Se entiende por tales los bienes de patrimonio cultural tangible e intangible, las artes escénicas, las industrias culturales o los propios procesos creativos (p.263).

Esta consultoría comenta brevemente como políticas específicas de turismo cultural: los orientados a programas y líneas de acción, como también sus respectivos planes:

a) Programas y acciones de turismo cultural

Cada gobierno tiene un ámbito de capacidad de acción y nivel de competencia, los que dependen de múltiples factores: su capacidad de generar recursos, el entorno institucional o las características de la sociedad con la que se relaciona, entre otros. Lo que significa que el tipo de acciones que puedan impulsarse en un destino para el desarrollo, consolidación o innovación del turismo cultural será diferente según las circunstancias *político-administrativas* y, especialmente, según el desarrollo turístico del destino (*etapa inicial, de crecimiento o destino maduro*). Pulido Fernández, *et al.* (2013, p.263) expone los cinco objetivos básicos que son perseguidos por todos los planes, programas o acciones para el turismo cultural (**Ver tabla 33**).

Tabla 33. *Objetivos básicos presentes en planes, programas o acciones para el turismo cultural*

Objetivos básicos de planes, programas o acciones para el turismo cultural	Tipo de acciones que los gobiernos impulsan
1) <i>Planificación y desarrollo turismo cultural (vista global del destino).</i>	<p>Hacer posible que los bienes culturales puedan formar parte de la oferta de turismo cultural de los destinos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redactar y aprobar planes estratégicos para el turismo cultural. • Confección de un mapa de recursos de turismo cultural. • Planes urbanos para integrar turismo y cultura. • Inversión en infraestructuras culturales de desarrollo turístico • Desarrollar estrategias de conservación del entorno natural y urbano, que sean compatibles con la actividad turística.
2) <i>Conversión de recursos culturales en productos culturales (mejora de la funcionalidad turística)</i>	<p>Se trata de hacer posible que los bienes culturales puedan formar parte de la oferta de turismo cultural de los destinos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recuperar patrimonio cultural tangible e intangible. • Restauración y rehabilitación de bienes tangibles. • Programas de conservación de bienes. • Promover las experiencias auténticas en la forma de vida del destino • Acciones de puesta en valor turístico de bienes culturales. • Programas para mejorar la calidad de la visita • Programas educativos, programas de interpretación, otros.
3) <i>Apoyo a conversión de productos culturales existentes</i>	<p>Fortalecer los productos del turismo cultural de un destino turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impulso a programas clave demostración. Buenas prácticas que puedan ser implantadas en sus territorios. • Clubes de productos. Compartir experiencias culturales. • Apoyo a la conversión en productos turísticos de bienes de patrimonio cultural que ya son, de hecho, productos. La gastronomía tradicional • Campañas de promoción específica del turismo cultural. • Construcción de itinerarios o rutas culturales • Impulso a eventos culturales • Apoyar la diferenciación de productos culturales (competitividad)
4) <i>Fortalecimiento del tejido empresarial relacionado con el turismo cultural</i>	<p>Se pretende que crezca o mejore el turismo cultural en el destino</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar la tecnificación y el uso de tecnologías al turismo cultural. • Ayudas financieras a las empresas privadas para construir nueva infraestructura turística • Subvenciones en la diversificación y diferenciación de la oferta turística. • Mejora del entorno normativo para facilitar la actividad empresarial. • Planes de formación para los empleados de empresas de turismo cultural.
5) <i>Mejora de las relaciones entre el sector turístico y el cultural.</i>	<p>Resolver problemas relacionados en materia de turismo y de cultura por no coincidir en el mismo órgano <i>político-administrativo</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la coordinación de los agentes públicos de turismo y cultura • Mejorar las relaciones entre actores públicos y privados. • Fomento de programas integrados turismo-museos. • Desarrollo de tarjetas turísticas que integren la comercialización de varios productos culturales. • Investigación conjunta (<i>estudios de visitantes para mejorar la visita</i>).

Fuente: *Elaboración propia, Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.263-267.

Sin embargo, expertos del turismo cultural como: Pedersen (2005) y Monreal (2008), (ambos citados en Pulido Fernández, et al. 2013: p.268); señalan unos asuntos causantes de los conflictos más serios que existen para el turismo cultural y que normalmente no se incluyen en los planes y programas de esta práctica turística:

- *Acciones de promoción del turismo cultural interno. La realización de turismo cultural dentro del propio país es un mecanismo de formación cultural, de educación, y de reconocimiento y reflexión sobre la identidad.*
- *Comprender y trabajar el turismo, conjuntamente con miembros de la comunidad para que puedan beneficiarse de actividades secundarias y participar de los beneficios.*
- *Aumento de la conciencia del valor de los recursos culturales para generar un mayor sentido de orgullo entre la población local.*
- *Considerar la promoción turística como una herramienta más de gestión cultural, incrementando el contenido de la cultura y de la historia de los pueblos en la imagen que se proyecte sobre los destinos turísticos.*
- *Establecer un Código de Ética (buenas prácticas) que defina responsabilidades sociales y culturales de la población, turistas y la industria turística en general.*

b) Planes de turismo cultural

El turismo es un fenómeno global que evoluciona de forma similar en cualquier destino, no resulta extraño que las políticas turísticas de varios países presenten propuestas similares. Aunque existen valoraciones opuestas que argumentan que los gobiernos *adoptan* y analizan con poca profundidad el entorno al que se dirige la acción pública, imitando lo que otros proponen sin adaptarlo. Países como Chile, España y Colombia, contemplan una política específica de *turismo cultural*, formuladas desde una visión amplia, interactiva y permanente. En la región Centroamericana, países como Costa Rica o Guatemala; cuentan con una *Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible* como plan integral, en su interior se promueve mediante el *turismo cultural* con planes específicos, en un segmento especial de la práctica turística⁶¹. El Salvador no dispone de una política específica de *turismo cultural*, sin embargo su práctica se explica de forma transversal respecto de otros tipos de turismo⁶².

⁶¹ La Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala (2012). Contempla que el turismo se desenvolverá dentro del marco del respeto a la diversidad cultural y conservación del patrimonio natural. El desarrollo del turismo rural, se fundamenta en saberes y conocimientos ancestrales de Pueblos Indígenas. Cfr: http://www.segeplan.gob.gt/downloads/clearinghouse/politicas_publicas/Turismo/Politica_Nacional_DTS_Guatemala_2012_2022.pdf

⁶² La dimensión de turismo en El Salvador se construye sobre una política de estado fundamentado en el *Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019* (2015) y *Plan Nacional de Turismo 2020* El Salvador (2008).

2.14.2 Cooperación y redes de actores

La colaboración entre actores no es algo nuevo. Los agentes sociales, empresas u organizaciones, han trabajado de manera conjunta cuando han considerado que podría suponerles beneficios directamente para sí mismos o indirectamente a través del bienestar a su comunidad. Lo que es nuevo es la creciente e intensa colaboración entre organizaciones que provienen del sector público y del sector privado y que, en principio, podrían tener objetivos y fines organizativos muy distintos. Pulido Fernández, *et al.* (2013) comenta: “El sector público toma conciencia que es conveniente contar con las empresas y demás agentes privados si se quiere intervenir en los destinos o liderar programas públicos eficaces” (p. 274).

a) Conceptos y características

Para definir apropiadamente la colaboración entre actores, esta consultoría enfoca la atención en la acción de colaborar como estrategia y los sujetos que la realizan (*redes de actores*). Ambos conceptos se observan a continuación con una misma realidad desde ángulos distintos:

- ***Las estrategias de colaboración o cooperación:*** son cauces de acción donde se trata de agrupar diferentes recursos que están distribuidos entre varios actores con el fin de alcanzar un objetivo común.
- ***Las redes de actores:*** son estrategias en las que dos o más actores de naturaleza diversa (*organismos públicos, privados, organizaciones no gubernamentales, interlocutores sociales, otros*) se integran para realizar un plan, un programa o un proyecto en común.

b) Factores críticos para la colaboración

Los procesos de colaboración o en las redes de actores, hay algunos factores que son críticos y que determinan un escenario más proclive al éxito o al fracaso de la iniciativa. Algunos de ellos:

- ***La realidad turística:*** No todos los destinos son iguales, y en un destino de turismo cultural ha de considerarse, al menos; dos cuestiones previas antes de poner en marcha una *estrategia de colaboración basada en una red de actores*. Ante estas características del destino y la particularidad de los bienes culturales; cualquier estrategia ha de partir de un análisis realista de los recursos, su uso actual, y sobre todo, su potencialidad.
- ***Los actores implicados:*** Si la idea clave de las *estrategias de colaboración y de las redes de actores* es que se potencie un acuerdo de voluntades para el trabajo conjunto, la decisión sobre qué actores formarán parte de la misma se convierte en una cuestión estratégica.
- ***El liderazgo:*** La figura clave para lograr la creación y mantenimiento de una estrategia de colaboración es la de un líder efectivo. El actor o actores que lideran deben fomentar el conocimiento y debate del proyecto por parte de los socios potenciales, promoviendo el compromiso de los mismos y organizando encuentros de todos los implicados. La experiencia demuestra que el agente impulsor de las redes suelen ser los gobiernos locales.

La **tabla 34**, revela algunos indicadores más comunes del entorno del turismo cultural, que facilitan los procesos de la estrategia de *colaboración o en las redes de actores*.

Tabla 34. *Indicadores de las condiciones del entorno que facilitan la política turística.*

Condiciones del entorno	Factores que posibilitan el éxito de la colaboración	Indicadores
Entorno nacional: Importancia del sector turístico, políticas para el desarrollo sostenible y el impulso de la gobernanza y actores.	1. Posibilidad de obtener fondos	<ul style="list-style-type: none"> ● Obtención de recursos para la formación de la red.
	2. Potencial turístico estratégico	<ul style="list-style-type: none"> ● Importancia del turismo en la economía ● Crecimiento del sector turístico ● Localización de factores y recursos ● Mejora de infraestructura turística ● Variedad de atracciones turísticas ● Existencia de planes y estrategias para el desarrollo turístico.
	3. Políticas y propuestas sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> ● Aprobación de una planificación estratégica para un desarrollo sostenible integrado ● Incorporación de los principios de sostenibilidad en el desarrollo turístico
	4. Nuevas formas de gobernanza	<ul style="list-style-type: none"> ● Adopción de estrategias participativas en procesos de diseño e implantación de políticas y acciones. ● Reconocimiento por parte de actores públicos, privados y sociales de las ventajas de trabajar conjuntamente.
	5. Cultura de trabajo en común	<ul style="list-style-type: none"> ● Tradición de colaboración conjunta ● Liderazgo efectivo para la cooperación entre actores
Entorno local y regional: Peso del sector turístico; compromiso público para la inclusión y participación de actores; existencia de políticas para impulsar la sostenibilidad y el partenariado, existencia de redes de actores.		

Fuente: *Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.284.

En turismo se está habituando cada vez más a trabajar con indicadores, pero en su mayoría, son adoptados por normas o sistemas que se diseñan para organizaciones empresariales (*Gestión de Calidad, medioambiental, otros*); inapropiadas para el funcionamiento de planes públicos, redes de actores u organizaciones de gestión de destinos. Son insuficientes los programas de turismo cultural que se evalúan y es más escasa la organización turística que los implementa⁶³. Saber construir y utilizar indicadores es importante porque son una potente herramienta de gestión, estos deben ser claros, fiables, adecuados, prácticos comparables y representativos; se relacionan con dos procesos organizativos básicos. Fijación de objetivos (*saber si se está actuando de manera adecuada*) y procesos de evaluación (*permiten mejorar*).

⁶³ Los indicadores son una expresión utilizada para describir y medir objetivamente que ayudan a la evolución de una actividad o proceso, en términos cuantitativos (*costos, tiempos, productos, rendimiento, eficacia*) y cualitativos (*calidad de los procesos, eficiencia, percepción*), con el fin de evaluarlas de acuerdo con un método. No hay una técnica para construirlos, lo más adecuado es, mediante el trabajo en equipo, reflexionar de manera conjunta sobre: identificación de los desafíos, determinar objetivos, priorizar actividades y proponer una medición. El sector turístico cuenta con 21 normas ISO. La Norma ISO 18065 se orienta a turismo de la naturaleza, de sus ecosistemas asociados y valores culturales.

Cfr: <http://www.aenor.es/revista/pdf/dic14/12dic14.pdf>

2.15 Sistema turístico cultural sostenible

El turismo constituye uno de los sectores económicos más dinámicos e importantes a nivel global y uno de los fenómenos a nivel social más trascendentales de la era moderna⁶⁴. *Las sociedades actuales (sociales y ambientales), los avances tecnológicos que influyen en el mercado de viajes, desarrollo de nuevos destinos y cambios en el comportamiento de la demanda;* inciden con una relevancia significativa en los pilares del desarrollo sostenible de la práctica turística. Un *turismo* sujeto a una gestión sostenible puede ser un destacado motor de la promoción y la conservación del patrimonio cultural. A la vez, *la cultura* puede ser un bien turístico fundamental en la medida en que ofrece a los destinos turísticos diversas posibilidades a partir de atractivos específicos.

En este panorama de rápida evolución, el *turismo cultural* contribuye de forma destacada a la creación de nuevas oportunidades socioeconómicas aportando modalidades sostenibles y responsables de desarrollo turístico a escala local, regional y nacional. Por ello la OMT advierte su postura sobre el turismo cultural sostenible:

El turismo cultural sostenible implica aprovechar los recursos culturales materiales e inmateriales con el fin de respaldar la vitalidad cultural, social y económica de la comunidad local y de posibilitar un entendimiento entre las partes interesadas que permita brindar a los visitantes experiencias auténticas y atractivas.

En consecuencia esta institución rectora de la práctica turística, dispone de dos objetivos generales para este tipo de tipología turística⁶⁵:

1. Velar para que el desarrollo del *turismo cultural* sea responsable, integrador y sostenible que contribuya al desarrollo socioeconómico que mejore el bienestar de las comunidades receptoras.
2. Cuidar para que el turismo contribuya fomentando al enriquecimiento y conservación de la identidad y patrimonio cultural del destino, promoviendo intercambios transculturales entre los visitantes y la comunidad anfitriona.

⁶⁴ En 2012, el turismo internacional superó por primera vez en su historia el récord de mil millones de turistas, y en 2014, más de 1,135 millones de turistas se desplazaron fuera de sus fronteras nacionales. En este sentido, la OMT prevé un crecimiento sostenido de esta actividad durante las próximas décadas, en un contexto cada vez más complejo y competitivo. *Cfr: Organización Mundial del Turismo (2016), Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad, parte introductoria.*

⁶⁵ *Idem.*

La consecución de estos dos objetivos exige un modelo de política turística cultural con firme compromiso, así como de medidas prácticas. Para ello es imprescindible forjar asociaciones estrechas y eficaces entre el sector público y el privado, implantar un alto nivel de *cooperación y colaboración* entre las entidades turísticas y culturales, contando con la participación de la comunidad, la diversidad cultural y los turistas. En este sentido, *el turismo* y la *cultura* guardan estrechas relaciones de interdependencia. Sin embargo, se debe garantizar la seguridad y armonía entre los visitantes y comunidades anfitrionas; reduciendo posibilidades de enfrentamiento ante conflictos comunes. El desarrollo sostenible del Turismo Cultural favorece este acometido, según las siguientes consideraciones⁶⁶:

- Promover el respeto de los valores culturales y calidad de vida de las comunidades receptoras, al tiempo que se fortalecen intercambios transculturales.
- Empoderar a las comunidades para que protejan, conserven, presenten y expresen con orgullo e identificación la singularidad de su patrimonio cultural (*material e inmaterial*) en el contexto del turismo.
- Encontrar un modelo más sostenible de desarrollo, con enfoques nuevos e innovadores para gestionar las corrientes turísticas en los destinos.

En este contexto, el *turismo cultural sostenible (Ver anexo 8)*, depende de que se desarrollen las sinergias entre *turismo y cultura*, entre *turistas y comunidades locales*, y entre la cultura local y regional; práctica que ofrece un acercamiento inestimable al desarrollo del turismo cultural. Para alcanzar este objetivo, es vital que se dé una *colaboración* entre las diferentes partes interesadas. Algunos autores lo definen como una “*Mezcla sostenible de Turismo Cultural*” donde los principales actores atienden sus diferentes intereses, como el aprovechamiento de oportunidades y retos nacidos de esta sinergia. La visión del turismo cultural es más amplio, de forma progresiva es más integral (*Material, Inmaterial, Producción Cultural Creativo*), lo que implica la participación e interactividad del turista, por esta combinación ha sido denominada recientemente «*Turismo Naranja*»⁶⁷, a continuación se aborda brevemente las principales particularidades que emergen del color del turismo cultural.

⁶⁶ Ibidem: *Organización Mundial del Turismo (2016), Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*, parte introductoria.

⁶⁷ Algunos segmentos turísticos se denominan e identifican con un determinado color: naturaleza (*verde*), náutico (*azul*), nieve (*blanco*) o Turismo Homosexual (*rosa*). Lo de Turismo Naranja, es una propuesta que fue presentado México en octubre de 2013, en el marco del XII Congreso de la Organización de Ciudades Patrimonio Mundial de la UNESCO. Un manual que despierta el debate denominado *La Economía Naranja: una oportunidad infinita*; editada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

2.16 Turismo Naranja: *Una forma diferente de apreciar el turismo cultural*

A finales del año 2015, un grupo de investigadores y profesionales enmarcan un debate sobre la importancia de la *economía cultural y creativa* dentro de la denominada *Economía Naranja*⁶⁸, en la que se impulsan una alianza entre los sectores *cultural y turístico* para fomentar el turismo cultural y creativo, optando por darle color a este segmento del turismo, denominándole "*Turismo Naranja*". Según este pensamiento: *Si la economía cultural y creativa es Economía Naranja, el turismo cultural y creativo es Turismo Naranja*.

La Economía Naranja, es considerada un conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Los expertos sostienen que si la Economía Naranja fuera un país, sería la cuarta economía del mundo, ocuparía el noveno lugar como exportador de bienes y servicios, y representaría la cuarta fuerza laboral. Su universo naranja está compuesto por: *la Economía Cultural y las Industrias Creativas*, el color naranja se suele asociar con la Cultura, la Creatividad y la Identidad (*tradiciones religiosas occidentales y orientales lo asocian con la identidad cultural*). Por ello se ha etiquetado esta economía de la cultura y la creatividad como la *Economía Naranja*.

En este sentido, el turismo *cultural o naranja* es un articulador y potenciador de este tipo de economía, que contribuye a generar oportunidades para la comunidad local a partir de su identidad y la configuración de destinos con identidad cultural. Ante este escenario surgen interrogantes como: *¿Qué es turismo naranja?*, *¿Cómo se implementa e identifica en un destino turístico?* *¿Cómo se identifica al turista naranja?* *¿Es sostenible en la industria turística?*

¿Qué es el turismo naranja?

Es un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas⁶⁹.

⁶⁸ Para mayor información se puede abordar la siguiente literatura Cfr: Buitrago P.F. & Duque Márquez I. (2013). *La Economía Naranja: una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Washington.D.C. USA. Cfr: <http://www.iadb.org/es/noticias/anuncios/2013-10-30/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita,10622.html>

⁶⁹ Cfr: https://www.hosteltur.com/comunidad/004289_el-turismo-naranja-el-color-del-turismo-cultural-y-creativo-rumbo-a-una-alianza-estrategica-entre-los-sectores-cultural-y-turistico.html

¿Qué es un destino naranja?

Es un territorio con identidad cultural, un destino con recursos culturales y creativos que tiene la economía naranja (*cultural y creativo*) como uno de sus ejes de desarrollo y genera una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hacia él; disponiendo de un portafolio de productos derivados de la acción creativa de la comunidad local, o de la interacción de ésta con el turista. Debe prevalecer con un imaginario, un icono, una marca, un precio y un lugar en el mercado, con una comunidad que participa, se identifica y ejerce de anfitriona, y que mantiene durante una gran parte del año un flujo de visitantes y turistas lo suficientemente numerosos como para convertir esta actividad en una de las bases de su economía⁷⁰.

Para implementar el turismo naranja, es preciso (re)plantear políticas y estrategias de turismo cultural que armonicen sinergias y acciones que satisfagan los objetivos de salvaguardar, conservar, activar y valorar el patrimonio, las artes y las industrias culturales y creativas, transversalmente con las convenciones UNESCO relativas a cultura, para activar la economía naranja y a la vez construir mancomunadamente productos y servicios eficientes e innovadores, que consoliden destinos turísticos de calidad, competitivos, sostenibles, responsables e inclusivos y generadores de desarrollo cultural, económico y social para la comunidad. Es recomendable incluso reconducir numerosas iniciativas ya existentes en materia de intervención/inversión *cultural-patrimonial* para que sean reorientadas para lograr su mayor potencial dentro de un enfoque de economía naranja.

Existen territorios con identidad del espacio cultural que tienen gran potencial para ser un destino naranja, los que ya lo son cuentan con entes o agencias de promoción turística que, articulados con el sector cultural y creativo, ordenan la promoción de su oferta turística con la segmentación de productos y servicios incorporando la economía naranja de forma transversal como elemento de diferenciación del destino. En el ámbito del turismo naranja los nichos que están manifestando un mayor desarrollo son los vinculados al turismo patrimonial (*artístico, festivos y culturales y creativos*), con nichos específicos como el turismo artesanal, idiomático (*Náhuat-Pipil*), gastronómico, entre otros.

⁷⁰ A nivel mundial, la UNESCO es clave para el impulso de iniciativas como la Lista del Patrimonio Mundial de Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, entre otras. Lo que es fundamental desarrollar recomendaciones que contribuyan, al desarrollo responsable y sostenible del turismo naranja.

El turismo naranja destaca al *turismo creativo*, como el de mayor participación e interactividad por parte del turista que suele desear o sentirse local y desarrolla su potencial creativo a través del aprendizaje, la experimentación, la creación o la exhibición de su talento mediante el formato de experiencias turísticas vivenciales singulares. Por ello la relación entre el sector cultural y turístico es clave para impulsar la *responsabilidad cultural del sector turístico*, en la que entre sus diferentes vertientes implicaría la inclusión y la promoción de la cultura integrada en su propia línea de acción como práctica turística.

¿Cómo se identifica al turista naranja?

Entre los principales indicadores a considerar para identificar al turista naranja son: analizar su motivación (*principal o complementaria*), la actividades culturales y creativas realizadas, el consumo en productos y servicios de economía naranja; el grado de beneficio directo e indirecto que genera para la comunidad; y sobre todo sus hábitos de organización del viaje (*pre, durante, post*), ya que gracias al mundo digital que vivimos el turista naranja puede ser promotor y prescriptor. Los turistas son cada vez más exigentes, cultos y preparados, que conocen otros destinos y comparan no sólo el precio sino los contenidos y las experiencias. Su satisfacción y su prescripción en forma de valoración positiva se convertirán en una herramienta clave de promoción.

En términos generales el *Turismo Naranja*, vincula *la cultura* con la economía, considerándolos complementarios, mediante industrias culturales que generan una rentable y dinámica actividad empresarial del tiempo, la cultura y la experiencia de la vida. Se relaciona con las industrias culturales y creativas que engloban aquellos sectores cuya actividad tiene como objetivo la producción, promoción y comercialización de bienes y servicios, directamente relacionado con la cultura entre otras actividades relacionadas. Lo que supone una “*economía creativa*” integrada por elementos activos de: ***economía + cultura + tecnología***, siendo la creatividad su columna vertebral.

Esta tipología de turismo afronta innumerables retos, la clave está en el trabajo organizado entre administraciones públicas, sector privado y la participación activa de las comunidades, que en suma logran articular este proceso. Es muy corriente considerar que el *Turismo Naranja* es una nueva manera de llamar al *Turismo Cultural*, pero no es así. Todo el Turismo Cultural puede ser Naranja, pero no todo el Turismo Naranja es cultural (*Ver Anexo 9*).

CAPÍTULO III DIAGNÓSTICO DE CONSULTORÍA (TAISHMATILIS)

Tik ne sigloj VI a.C., Tales de Mileto, se ipal ne Chikume Tamatini ipal ne Greciaj Ikman, kiketzi ne inalis «shimuishmati tajasan». Ini taishkejketzalis pal timuishmatikan tejemetsan, ken se muchi tukniwan nemit pal kipiát, mukwepki se yek inalis intzalan ne greciajtekat. Yejetet sujsul ingustuj wan kiwawasuj ijpak ne tapepechul ipal ne teupan Apolo tik Delfos. Muchi ne ijinalis ne kipiát wey tamatilis, ken ini, kipiát se kenha: techyulpaktia ma timuwikan yek yek ken muneki. Ken tiwelit tikchiwat ne tay ina katka Mileto tik se chinamit ne kishtupewa se nemilis kan inteaka kinejñentia, kan inteaka muishpepetá?

Ne taishmatilis se wey takutun ipal ne tanawatilis, se yultakutun kikwit pal musumat iwan ne uijkayu ne kipiát sejsenpa ne tanawatianimet. Nemi ume tamatilis: ne tamatilis ipal ne tay panu, ne welit mumachtiat tik ne tamachtihuyan wan ne tay tikchiwat pak ne taltikpak; wan ne tamatilis ipal ne taltikpak kalijtik tejemet. Ne tamatilis ume kiketza ken nemi pal tetamachiwat ne tanawatianimet. «Shimuishmati tajasan» ipanpa ne taltikpak kalijtik taja, mutawilyu wan muckawyu, mutajpal wan muyamanikayu. Keman timuishmatit tejemetsan, tipejtiwit tiktaliat ne tetzilñaj pal titanawatiat ken muneki.

*«Ne tapajtiani weli yek, achtu ma kimaka ne kukuyani se pajti.
Yaja kishmati yek ne kukulis ne kineki kipajtia,
Wan kishmati ne tay kichiwa sejsenpa wan taiwan muchijtuk ne kukuyani».⁷¹*

Marco Tulio Cicerón

En el siglo VI A.C., Tales de Mileto, uno de los Siete Sabios de la Antigua Grecia, formuló el famoso aforismo “Conócete a ti mismo”. Esta idea de auto indagación como rasgo obligado de una vida bien vivida alcanzó un estatus proverbial entre los griegos. De hecho, se la juzgó merecedora de una inscripción en el muro del templo de Apolo en Delfos. Todos los proverbios basados en una gran sabiduría, como este, tienen una cosa en común: que alientan a practicar una conducta exigente. ¿Cómo podemos seguir el dictado de Mileto en una sociedad que promociona una vida vivida con piloto automático, donde el autoexamen es una tarea pendiente?

El diagnóstico (conocimiento) es un rasgo por excelencia de la consultoría, un componente esencial utilizado para encarar los diversos problemas a los que se enfrentan habitualmente los consultores. Existen dos tipos de conocimientos: la información factual que se puede adquirir mediante una educación formal y prácticas del mundo real; y el conocimiento de nuestro propio mundo «interior». Es esta segunda categoría, la que establece de forma exclusiva el estándar del consultor. “Conócete a ti mismo” Comprende tu mundo interior, tus luces y sombras, tus puntos fuertes y débiles. La comprensión de uno mismo es una condición previa fundamental y necesaria para la auténtica consultoría.

“El médico competente, antes de dar una medicina a su paciente, se familiariza no sólo con la enfermedad que desea curar, sino también con los hábitos y la constitución del enfermo”.

Marco Tulio Cicerón

⁷¹ Agradecemos la traducción al Náhuat por el maestro: Gary Steve Quintanilla Ordóñez. Miembro del “Colectivo Tzunhejekat”. facebook.com/Tzunhejekat.

3.1 INTRODUCCIÓN REFERENCIAL

Después de recorrer en los dos capítulos anteriores su contenido referencial y teórico de este proyecto de consultoría, corresponde en este apartado un estudio minucioso sobre el diagnóstico⁷² del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco; es decir *conocer* a profundidad la condición actual y las tendencias en la industria del turismo de este histórico y cultural municipio, este propósito se realiza mediante la ejecución de una serie de herramientas sobre la base de datos recopilados y ordenados sistemáticamente, producto de diversos estudios de campo que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando con su práctica turística.

Este diagnóstico turístico es desarrollado al occidente de la República de El Salvador, específicamente en la ciudad de Nahuizalco, municipio perteneciente al departamento de Sonsonate. Es un pueblo cultural, ubicado entre cerros y coloridas montañas; pleno de historia, costumbres y leyendas; esta cuna cultural *Náhuat-Pipil* está representada por: recursos naturales que imponen su belleza, infraestructuras arquitectónicas coloniales, laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbre para sus artesanías, pobladores fieles a sus costumbres religiosas y atención cálida con sus visitantes; que junto a sus *tradiciones y cultura*, hacen de Nahuizalco en un verdadero corazón turístico.

El diagnóstico de esta consultoría, *no es un fin en sí mismo*, sino que es el primer paso esencial para conocer la situación real de la actividad turística de Nahuizalco; un proceso analítico que permite el análisis; identificando y descubriendo *problemas* para corregirlos apropiada y oportunamente; así como fortalecer las áreas de *oportunidad del Sistema Turístico*, aprovechando sosteniblemente *los recursos y productos* como destino turístico.

⁷² **Diagnóstico** es una palabra que tiene su origen etimológico en el griego *diagnostikós*, y más aún en la unión de tres vocablos de dicha lengua. En concreto, es un término que está formado por el prefijo *diag.-* que significa “a través de”; la palabra *gnosis* que es un sinónimo de “conocimiento”, y finalmente el sufijo *-tíco* que se define como “relativo a”. Alude, en general, al análisis que se realiza para determinar *cualquier situación y cuáles son las tendencias*. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos ordenados sistemáticamente con la observación directa, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando. La Real Academia Española (2014) define la palabra *diagnóstico* como “*EL arte o acto de conocer la naturaleza de una enfermedad mediante la observación de sus síntomas y signos*”. También lo define como “*relativo o perteneciente a la diagnosis*”, que se reconoce como “*acción y efecto de diagnosticar y el arte o acto de reconocer una enfermedad*”. Tales definiciones parecieran circunscribir el alcance de los diagnósticos a cuestiones médicas; sin embargo, también se considera que existen organizaciones, sistemas y actividades sanas y enfermas, lo que origina la pauta de su aplicación en otros campos como la industria turística.

Una parte esencial y factor de éxito de este diagnóstico, es la metodología utilizada para actividades relacionadas con la recolección, acumulación y tratamiento de la información obtenida en campo; la cual sigue dos corrientes: los métodos tradicionales de investigación a visitantes, actores y autoridades turísticas (*entrevistas, cuestionarios, otros*) y los utilizados para obtenerla desde la consultoría (*observación*). Todo ello permite una adecuada interpretación de la realidad de la práctica turística de Nahuizalco, reconociendo *propuestas de fortalecimiento* y alternativas factibles para la solución de los problemas que se identifiquen.

Este diagnóstico turístico corresponde como línea base en un espacio territorial al municipio de Nahuizalco y de corte temporal en un momento determinado (*de octubre de 2015 a marzo 2017*), como situación del destino turístico. Esta diagnosis es el resultado de las recurrentes visitas realizadas a este municipio cultural, con el apoyo y acompañamiento imprescindible de las autoridades turísticas: *CCM (Comité de Competitividad Municipal)* y *CDT (Comité de Desarrollo Turístico)*, como también de empresarios y artesanos del casco urbano; actores y conocedores del *Sistema Turístico Cultural*, en la que aprovechando sus experiencias, vivencias, comentarios y aportes en general; se desarrollaron entrevistas y encuestas, evaluando factores identificados de su práctica turística como: *Político, Económico, Infraestructura, Oferta (Destino, Mercado, producto, otros), demanda, organización y entorno cultural*.

Este estudio es imprescindible para fortalecer la práctica turística y lograr los objetivos de desarrollo de Nahuizalco como destino turístico, que conlleven como resultado; mejorar la calidad de vida de sus habitantes, a través de un proceso dinamizante de inversión pública y privada. Esta tesis se enfoca en el conocimiento del destino de Nahuizalco (*¿Quiénes somos?, ¿Dónde estamos?, ¿Qué Queremos?*) y su forma de organizarse de acuerdo a los intereses y expectativas de la demanda para que el Sistema Turístico "*se fortalezca*" armónicamente.

Por consiguiente, este diagnóstico es una herramienta de evaluación turística, como fuente directa de información y punto de partida; que permite crear los cimientos sobre los cuales el *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco*, como autoridad turística primaria, pueda; mediante un conjunto de propuestas o alternativas de *fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural*, producto de esta consultoría; definir las bases de una estrategia de desarrollo turístico *responsable y sostenible*, fruto de la cooperación y el diálogo entre la población y los diferentes agentes locales participantes. Para ello se sirve de los siguientes propósitos.

3.1.1 Propósitos del Diagnóstico Turístico Cultural

Esta consultoría en general y el presente diagnóstico en particular, busca valorar a través de una apreciación rigurosa, que Nahuizalco conocido como la “*Cuna de la cultura artesanal*”, posee un potencial de desarrollo turístico que justifique propuestas de fortalecimiento; orientadas al aprovechamiento de oportunidades y la superación de obstáculos internos, tomando en cuenta determinantes de la oferta turística (*Destino, recursos, producto, mercado, actores...*), la demanda y su perfil, la competencia, tendencias de la industria turística y del mercado, como también un conjunto de variables que participan del Sistema Turístico del Municipio.

El desarrollo de este diagnóstico concentra, de manera general, la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística en el destino de este cultural municipio; desde un enfoque *físico- territorial*, analiza los componentes básicos de la estructura turística, así como de su entorno cultural y natural. Esta evaluación juntamente con el análisis y síntesis de la práctica turística de Nahuizalco establecen la línea base o estado de situación actual en la que se fundamenta un completo *Diagnóstico Turístico Cultural*.

Este diagnóstico turístico de Nahuizalco conlleva tres propósitos concretos:

1. Definir la situación actual del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco* en su espacio territorial y sus componentes (*Destino, recurso, actores, producto, gobernanza, otros*).
2. Valorar a través de una evaluación rigurosa, que Nahuizalco posee un potencial de desarrollo turístico que justifique propuestas de fortalecimiento; orientadas al aprovechamiento de oportunidades y la superación de limitaciones.
3. Establecer una línea base que sirva de insumo para fundamentar propuestas de fortalecimiento del *Sistema Turístico Cultural*, que establezcan la toma de decisiones por parte de la autoridad del *Comité de Desarrollo Turístico (CDT)*, generando propuestas, estrategias y soluciones para su desarrollo.

Para esta consultoría, este diagnóstico se orienta en dos importantes enfoques de estudio:

- 1) ***Orientación físico- territorial:*** enfoca la caracterización geográfica del municipio de Nahuizalco, la identificación del entorno natural y cultural, la determinación del potencial turístico del territorio y la definición de unidades de análisis del STC.
- 2) ***Orientación-Socioeconómico:*** se estudia a la demanda con su capacidad de gasto turístico, empleos directos e indirectos generados por la actividad, la capacidad del destino para atraer inversión, bienestar de sus habitantes, entre otros.

3.1.2 Diagnóstico con enfoque en las causas y no en sus consecuencias

Para lograr los objetivos esperados de esta consultoría, el presente diagnóstico se enfoca en la causa que limita la práctica turística de Nahuizalco y no en sus consecuencias. Lo que se observa en el *Sistema Turístico Cultural* son consecuencias de distintas causas: *pérdida de la identidad cultural (Lengua y costumbres), inconformidad de la calidad turística, limitada generación de empleo, debilitamiento de la competitividad turística cultural, insostenible desarrollo local, reducida dinámica de la oferta turística y una demanda de paso*; son secuencias. Lo que importan son las causas; diversas acciones que hacen que sucedan estos comportamientos.

Esta consultoría tiene claro su propósito: *Fortalecer la práctica turística cultural del municipio de Nahuizalco (Organización, ampliación de oferta, comprender el perfil del turista, formación de políticas de gobernanza, otros)*, el problema a evitar es orientarse en las causas incorrectas. El diagnóstico se enfoca en la causa raíz de esta consultoría denominada: *Desaprovechamiento del potencial del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil*, por lo que la atención recae en el trabajo de las causas y no en sus propuestas de solución. Si el esfuerzo del diagnóstico se enfoca en las consecuencias se corre el riesgo de excluir posibles soluciones.⁷³

El presente diagnóstico, advierte las siguientes preguntas con enfoque en las causas:

- ¿Qué se puede resolver sobre la práctica turística de Nahuizalco?
- ¿Cómo fortalecer estratégicamente el Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil?
- ¿Se está orientando el turismo al perfil del turista y mercado correcto?
- ¿Es la combinación turismo-cultura un motor potente para la economía de Nahuizalco?
- ¿Se está resolviendo el problema apropiado?
- ¿Qué tan crítico o urgente es para los turistas lo que se pretende resolver?
- ¿La relación de los actores y actividades turísticas-culturales es la apropiada?
- ¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su práctica turística cultural?
- ¿Las autoridades turísticas tienen claro sus diferenciales turísticos culturales?
- ¿Qué se puede hacer en la práctica turística que nadie esté haciendo?
- ¿Cómo crear una experiencia turística cultural única para los visitantes?

⁷³ Cuando el diagnóstico se enfoca en el problema a resolver, las soluciones afloran. Cuando se orienta en una solución preconcebida, presume que es la única y mejor manera de resolverlo.

3.1.3 Metodología diagnóstica de consultoría. *Una analogía de la ciencia médica*

Esta actividad de diagnóstico se adapta a la complejidad del problema del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, como a las características propias y actitudes de sus actores claves. La tarea comienza con el *Marco Referencial de Consultoría* (Ver capítulo I), donde se plantea el problema, los objetivos e hipótesis por medio de un *diagnóstico preliminar* como fase inicial de esta investigación, estas premisas provisionales serán sustituidas por respuestas definitivas al concluir este diagnóstico. Para la realización de esta fase diagnóstica es esencial el grado de involucramiento y participación activa por las autoridades turísticas de Nahuizalco, donde la actuación en esta consultoría tendrá una mezcla impulsadora del proceso, sin embargo tendrá responsabilidad por el grueso de trabajo de este diagnóstico⁷⁴. Kubr Milan. (2012). Expone:

El diagnóstico es la segunda fase del proceso de consultoría, sin embargo en la realidad constituye la primera fase plenamente operativa. Su objetivo es examinar el problema que afronta y los objetivos que trata de alcanzar el consultado de manera detallada y a fondo, situando al descubierto los factores y las fuerzas que ocasionan el problema, la capacidad potencial para efectuar cambios y preparar la información necesaria para decidir cómo se ha de orientar el trabajo encaminado a la solución del problema con eficacia. (p.187).

Esta consultoría puntualiza el estado actual de la práctica turística de Nahuizalco, utilizando la analogía del diagnóstico médico⁷⁵, que resume todo lo que en la actualidad se sabe acerca del que hacer turístico, las bases lógicas del mismo y, en forma didáctica y metodológica, las estrategias con que se logra llegar a este riguroso análisis. También señala lo importante del papel de la experiencia y estudio constante; el conocimiento adquirido como otras virtudes para llegar a ser un experto en el diagnóstico turístico, capacidad que debe ser un atributo de los consultores para desempeñarse con probabilidades de éxito en la práctica diagnóstica⁷⁶. Sobre este apartado Kubr Milan. (2012). Afirma: “*Que el diagnóstico abarca más que una recopilación y análisis de datos; y su eficacia se circunscribe a determinados datos y se concentra de manera coherente con los objetivos del proyecto*”. (p.187)

La *tabla 35* expone la metodología del presente *Diagnóstico Turístico Cultural*.

⁷⁴ Cada consultoría es única, al igual que cada relación entre consultores y el consultado.

⁷⁵ En la ciencia médica, se entiende por diagnóstico al “*Conjunto de signos que sirven para fijar el carácter peculiar de una enfermedad y también es la calificación que da el médico a la misma según los signos que advierte*”.

⁷⁶ Desde la antigüedad, el médico se ha valido de sus sentidos como herramientas básicas para obtener los datos que le permitan *diagnosticar* y tratar a sus enfermos. Al inicio, los distintos datos clínicos (*signos y síntomas*) se agruparon muy lentamente hasta ser considerados síndromes y luego enfermedades.

Tabla 35. Metodología de Diagnóstico Turístico Cultural Náhuat-Pipil

Metodología de Diagnóstico Turístico Cultural Náhuat-Pipil		
a) Razonamiento de diagnóstico El presente diagnóstico no es el resultado de una improvisación, se ha trabajado con una metodología que infunda el rumbo, espíritu y el instinto clínico de esta consultoría. Proceso en el que se han dedicado horas en investigar y descifrar lo que inquieta al Sistema Turístico de Nahuizalco. Este proceso se rige por los principios de la lógica, su razonamiento recae en inferencias deductivas, inductivas y estadísticas; su premisa fundamental es: <i>elaborar un documento de consultoría sobre el fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural, como propuesta al Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco (CDT); para aprovechar de forma competitiva y sostenible el potencial de la cultura Náhuat-Pipil del municipio.</i>		
b) Estrategias diagnósticas Una estrategia diagnóstica es la secuencia de actividades que se realizan con el propósito de identificar qué ocurre con la práctica turística de Nahuizalco. Se advierte el problema predominante y evidente, a su alrededor se agrupan los fenómenos secundarios. Para este diagnóstico se utiliza las siguientes estrategias:	<ul style="list-style-type: none">• Sistemática o exhaustiva; donde se ha realizado una investigación concienzuda e invariable del <i>Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i>, acompañando por la selección y recolección de datos obtenidos en campo (<i>Entrevistas, Encuestas y Observación</i>).• Algorítmica (arborización o ramificaciones), este proceso diagnóstico evoluciona a lo largo de una de varias ramas posibles, utilizando la herramienta estratégica de la matriz FODA⁷⁷ (<i>Análisis interno y externo</i>) y de gestión de calidad del Sistema Turístico mediante el modelo de espina de pescado de Ishikawa. Para el análisis externo se utiliza la metodología PEST⁷⁸. De manera que la respuesta a cada pregunta determina la conducta que debe seguirse, hasta llegar al diagnóstico correcto.	
c) Principios diagnósticos del Sistema Turístico El pensamiento diagnóstico de esta consultoría, se fundamenta en los siguientes principios ⁷⁹ : <ul style="list-style-type: none">• Las manifestaciones culturales casi siempre son explicables por la práctica turística, de parte de sus actores y visitantes.• Cualquier intento por definir el <i>turismo</i> y describir a fondo el alcance, se debe tomar en consideración a los diversos grupos que participan en esta industria. Una visión holística de sistema.• <i>Cultura y turismo</i> son términos que concentran un amplio debate, y que se han convertido en un <i>binomio simbiótico</i> cada vez más fuerte en la industria turística.• El turismo cultural es tan plural y heterogéneo como lo son los turistas y las expresiones y manifestaciones culturales que lo sustentan.	d) Clasificación del diagnóstico El diagnóstico del municipio cultural de Nahuizalco, implica el conocimiento de sus condiciones reales, donde no se debe perder de vista para su elaboración, que en un espacio turístico confluyen <i>elementos internos (características del municipio, su patrimonio histórico natural y cultural, infraestructura, equipamiento y servicios, otros)</i> y <i>externos (condiciones del entorno regional, nacional, y su legislación)</i> . Para ello se elabora una metodología diagnóstica, juntamente con un conjunto ordenado de métodos, procedimientos y herramientas de las que se vale esta consultoría para obtener los indicios (<i>síntomas y signos</i>) presentes y con ellos elaborar el diagnóstico turístico; lo que incluye:	<ol style="list-style-type: none">1. Anamnesis⁸⁰: Recolección de datos mediante técnicas (<i>cuestionarios y entrevistas</i>). Base fundamental e insustituible, que representa la mitad del diagnóstico turístico cultural.2. Análisis e interpretación de los resultados: Se presentan de forma exhaustiva, gráficos estadísticos y sus respectivos análisis, sobre el resultado del cuestionario realizado a turistas de la <i>Ruta de Las Flores</i> y del municipio de Nahuizalco; como también las percepciones de entrevistas realizadas a las autoridades municipales y de turismo, en conjunto con empresarios, artesanos y habitantes de la comunidad local.3. Exploración de campo (examen físico): Numerosas visitas de campo efectuadas a lo largo del destino turístico de Nahuizalco, <i>Ruta de Las Flores</i>, Viajes en buses alegres; con el objetivo de obtener de primera mano; la situación, circunstancia o contexto (<i>social, económico, político</i>) de la práctica turística natural y cultural; omitir este apartado, en muchas ocasiones en un fracaso de diagnóstico anunciado.

Fuente: Elaboración propia.

⁷⁷ La sigla **FODA**, es un acróstico de **Fortalezas** (*factores críticos positivos con los que se cuenta*), **Oportunidades**, (*aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas*), **Debilidades**, (*factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir*) y **Amenazas**, (*aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de objetivos*).

⁷⁸ La herramienta **PEST**; una abreviatura de factores **Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos**, pone el foco en todos aquellos elementos que conforman el entorno. Generalmente útil cuando se usa con otras herramientas como FODA.

⁷⁹ Marco Tulio Cicerón (*Jurista, Político, Filósofo, Escritor y Orador Romano*) sostenía la siguiente reflexión: “*El médico competente, antes de dar una medicina a su paciente, se familiariza no sólo con la enfermedad que desea curar, sino también con los hábitos y la constitución del enfermo*”.

⁸⁰ Disciplina médica empleada para referirse a la información proporcionada por el propio paciente durante una entrevista clínica, con el fin de incorporar información en su expediente.

3.1.4 La Intervención de la Consultoría dentro de la Cultura *Náhuat-Pipil*⁸¹

Esta consultoría en su intervención como apoyo a las autoridades turísticas de Nahuizalco sobre el fortalecimiento de su práctica turística, es consciente de la existencia de la cultura *Náhuat-Pipil*. Una cultura ancestral que define su identidad histórica, no solamente de este municipio sino de diversas poblaciones del territorio nacional; la que comprende un sistema de valores, creencias y tradiciones de origen indígenas colectivamente compartidas y que son el atractivo motivante de una variedad de turistas. Ante este escenario *Kubr Milan*. (2012) comenta:

Para que una consultoría de este tipo tenga éxito, se debe tener experiencia en lo cultural y en trabajo social más que conocimientos de técnicas de gestión refinadas, además de ser paciente, poder vivir y actuar en condiciones de imperfección e incertidumbre, saber cómo mejorar la utilización de recursos locales limitados y aplicar una gran dosis de imaginación para idear soluciones que no se pueden encontrar en ningún manual. (p.129)

En el desarrollo del presente diagnóstico, esta consultoría advierte la considerable influencia que la cultura *Náhuat-Pipil* ejerce sobre el funcionamiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, la que resulta difícil de identificar y captar de forma comprensiva. Esta cultura tiene sus raíces: en las condiciones básicas de la vida cotidiana de sus habitantes (*Artesanos, agricultores, comerciantes del turismo, autoridades públicas, otros*); incluidas sus infraestructuras, su medio ambiente natural, el clima y las formas de ganarse la vida de las personas; así como su patrimonio histórico que tiene como referente los sucesos de la matanza de indígenas campesinos de 1932; todo esto se incluye en su museo que interactúa con otros pueblos circundantes y con similares culturas.

Esta particular cultura, no tiene una descripción precisa o específica que incluye: tradiciones, costumbres y prácticas indígenas sobre los que normalmente no se hablan, esto no permite tener conciencia de su comprensión por parte de los visitantes y hasta por sus mismos habitantes, su aprendizaje no es estructural. Estos valores, tradiciones y creencias se han formado a lo largo de generaciones que se adquieren de manera inconsciente (*La lengua Náhuat es un ejemplo de un aprendizaje generacional sin estructuras de aprendizaje*).

⁸¹ Apud. Kubr Milan. (2012). *Capítulo 5: La Consultoría y la Cultura. La Consultoría de Empresas: Guía para la profesión*. Organización Internacional del Trabajo. 3a. ed. (Revisada). México, D.F. Editorial Limusa S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores, p. 115-130.

Esta consultoría aunque experimente destacada participación en la esfera técnica del turismo en general, afrontará este problema natural en la comprensión de la cultura. Para tener una base firme de entendimiento y comprensión de la cultura *Náhuat-Pipil*, fue necesario con el interés requerido, adquirir ciertos conocimientos por medio de lecturas selectas y conversaciones con los lugareños de Nahuizalco y sus alrededores de la *Ruta de Las Flores*⁸².

Es preciso mencionar que para el desarrollo de este diagnóstico de consultoría, se conserva una actitud de respeto y tolerancia por la cultura que es muy importante y arraigada para Nahuizalco, ya que representa en la preferencia de sus habitantes y visitantes un fuerte componente emocional, sobre todo en las tradiciones de pueblos indígenas que trascienden en lo espiritual. Esta expresión cultural se caracteriza en todo un país, considerándose una cultura nacional con representación de pueblos indígenas étnicos y lingüísticamente homogéneos, que solicitan dignidad y respeto hacia sus prácticas, y en donde la mayoría de pueblos indígenas salvadoreños piden no ser olvidados y que les reconozcan sus raíces que se niegan a desaparecer. En este diagnóstico, la lengua *Náhuat-Pipil* desempeña un papel destacado en la cultura de Nahuizalco, donde sus raíces culturales se describen y derivan en acrónimos o palabras de esta lengua y es un vehículo para el funcionamiento y la interacción de otras culturas.

Durante la intervención de esta consultoría, se ha considerado una actitud prudente de manera auténtica y sincera al compartir los valores y creencias con los principales actores turísticos de Nahuizalco, se ha convivido con ellos, se ha observado su práctica turística, se realizaron conversaciones producto de entrevistas en formato libre y participativo; este diagnóstico es el resultado de una fuerte colaboración de sus actores. Esta conducta refleja un ambiente de confianza entre miembros de la *Asociación de Desarrollo Turístico*, *Comité de Competitividad Municipal* y *Comité de Desarrollo Turístico*, como artesanos; esta relación conlleva la necesidad de un prolongado tiempo. Las conclusiones de este diagnóstico y sus recomendaciones para la práctica turística cultural, serán aquellas que tengan interés para el *Comité de Desarrollo Turístico* con el fin principal de mejorar a la mayoría de sus habitantes en su desarrollo social, más que rendimientos estrictamente económicos.

⁸² Una consultoría que no viva y actúe en una cultura diferente de la suya tendrá dificultades para percibir y comprender el pleno significado y la fuerza de otra cultura, así como la función de diversos factores que pueden ser desconocidos en su propio medio cultural.

3.2 DISEÑO ESTRUCTURAL DEL DIAGNÓSTICO

La figura 14 revela estructuralmente la organización del presente diagnóstico turístico.

Figura 14. Diseño Estructural del Diagnóstico Turístico Cultural de Nahuizalco



Fuente: elaboración propia

Descripción Geográfica: este diagnóstico se desarrolla en la ciudad de Nahuizalco, municipio que se ubica geográficamente en el departamento de Sonsonate (*zona turística por excelencia*) en el occidente de la República de El Salvador; considerado uno de los motores importantes de la economía nacional. Se dimensiona su geografía territorial a través del SIGMuni en el desarrollo y administración de mapas geográficos en lo referente a la situación poblacional del municipio y su caracterización socio-económica.

Tejido Productivo-Empresarial: Se describe como una de las poblaciones indígenas artesanales, con ricas tradiciones, historias culturales y religiosas, más arraigadas del país. Este pueblo emerge su tejido productivo en la *agricultura, artesanías de fibras naturales y de madera, turismo cultural*, y el tejido empresarial a través del comercio y servicio. Los recursos culturales son el atractivo base de su práctica turística. Nahuizalco no escapa al flagelo de la violencia a nivel nacional, una condición incómoda y crítica cuando se trata de un municipio con destino cultural.

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO CULTURAL

Análisis Interno del Sistema Turístico: comprende el estudio integral del STC de Nahuizalco infundada en un enfoque de sistema que suma todas las posibles relaciones e interacciones. El análisis comprende: la relación *Turismo-Cultura*, marca municipio, el estudio del perfil de la demanda, la competitividad turística y un análisis riguroso de los determinantes de la oferta (*destino, recursos culturales, productos, actores, mercado, gobernanza, patrimonio cultural*). Los resultados ayudan a identificar factores internos (*Fortalezas y Debilidades*).

Análisis del entorno (Externo): comprende la descripción de la situación actual y tendencias, de diferentes aspectos del entorno externo, de las que no tiene control pero que inciden directamente en el desempeño del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*. Este diagnóstico utiliza como base el modelo **PESTT**; un acrónimo para el análisis sistemático de factores *Políticos, Económicos, Socio-Culturales, Tecnológicos, y Tendencias del futuro turístico*. Los resultados ayudan a identificar factores externos (*Amenazas y Oportunidades*) del entorno turístico de Nahuizalco.

Análisis de Resultados: mediante la ejecución de una serie de herramientas de análisis, de forma sistemática se analizan los resultados: análisis de causas mediante el *Diagrama de Ishikawa*. Matriz de Evaluación interna y externa (*MEFI y MEFE*), Le acompaña también un **FODA** participativo de importancia para la formulación de propuestas. La posición estratégica competitiva (*PEEAT*), la matriz de perfil competitivo (*MPCT*) y el análisis de brechas (*GAP*).

Respuestas o refutaciones a las hipótesis formuladas: la investigación contiene carácter cualitativo, por lo tanto debe tener una respuesta cualitativa para contrastar.

Informe de diagnóstico: documento técnico que informa al Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco, mediante un informe de los resultados de este diagnóstico y planteamiento de propuestas de fortalecimiento turístico.

3.3 DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA Y SOCIO-ECONÓMICA

El presente diagnóstico turístico se desarrolla en la ciudad de Nahuizalco, *cuna de laboriosos artesanos de la cultura Náhuat-Pipil*, municipio que se ubica geográficamente en el occidente de la República de El Salvador, perteneciente al departamento de Sonsonate. Un pueblo con un corazón turístico cultural pleno de historia, costumbres y leyendas. Antes de iniciar el estudio diagnóstica de este histórico municipio, es importante abordar algunos aspectos generales sobre la industria turística del departamento de Sonsonate al cual pertenece.

3.3.1 Sonsonate y sus secretos turísticos culturales

Sonsonate conocida como “*Ciudad de los Cocos*”, departamento occidental de la República de El Salvador, es considerado uno de los motores importantes de la economía nacional: cuenta con el puerto mercante más importante, moderno y de mayor capacidad comercial (*Puerto de Acajutla*); esta actividad permitió desarrollar el primer ferrocarril como medio de transporte más antiguo del país⁸³; también este caluroso departamento es digno ejemplo de solemnidad y devoción a la fe cristiana, la que se mantiene con una devoción al memorial fervor religioso del *Santo entierro*, uno de los eventos más importantes a nivel nacional y en el campo de la literatura hispanoamericana, cuenta con *grandes* exponentes como *Claudia Lars* y *Salvador Salazar Arrué*⁸⁴ entre otros.

El departamento de Sonsonate, es una zona turística por excelencia⁸⁵; este territorio acompañado de sus municipios es de los que más opciones a nivel de país ofrece al turista con espíritu aventurero: lugares montañosos con climas fríos y aventuras extremas, la costa salvadoreña rodeado de sol y playa, como también de lugares históricos culturales con sus artesanías y gastronomía. Por su geografía se recorre la *Ruta de Las Flores*, un corredor turístico de interés nacional, floreciente en cultura y naturaleza.

⁸³ Fue en Sonsonate donde se estableció el primer ferrocarril de El Salvador, siendo la primera vía aperturada el 28 de marzo de 1882, entre la ciudad portuaria de Acajutla y su cabecera departamental. Debido a ello en la entrada de la ciudad de Sonsonate, se encuentra un tren como monumento en honor a los ferrocarriles del país, una referencia histórica para los salvadoreños que visitan este caluroso departamento. Ver. La Prensa Gráfica, *Especial Sonsonate*, Sábado 23 de Enero de 2016. p.43.

⁸⁴ Salvador Salazar Arrué (*Sonsonate 1899-1975*), conocido en el mundo literario hispano como “*Salarrué*”, sigue siendo considerado como una de las voces fundamentales de la literatura hispanoamericana, por su concisión y fuerza en la recreación de la realidad del campesino salvadoreño.

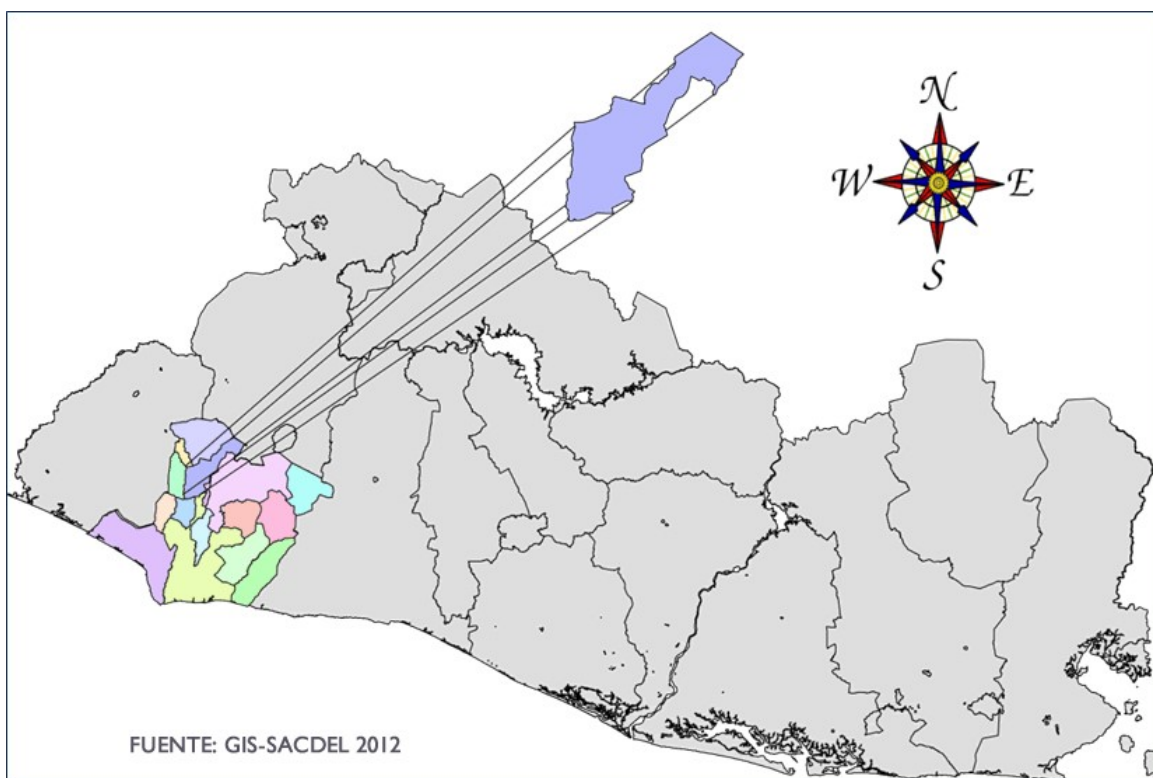
⁸⁵ Ver La Prensa Gráfica, *Especial Sonsonate*, sábado 23 de enero de 2016. p.46.

Entre los destinos favoritos por los turistas de este occidental departamento se encuentran: *El Volcán de Izalco*, el más joven de los volcanes de El Salvador y del continente americano; *Los Chorros de la Calera en Juayúa*, toda una maravilla natural con una caída de agua de más de 20 metros de altura, *diversos pueblos indígenas*, *Parque Natural El Cerro Verde* con sus miradores desde los cuales se admiran los volcanes de Izalco y Santa Ana, *Turicentro Atecozotl*, un paraíso rodeado de vegetación y clima agradable, *Playa Los Cóbano*s, uno de los destinos por excelencia del litoral salvadoreño occidental, *Mercado Nocturno de Nahuizalco*; un municipio de riqueza turística cultural *Náhuat-Pipil*, con sus artesanías y gastronomía autóctona únicas en el país. Este último destino turístico es el foco central de estudio de esta consultoría.

3.3.2 Breve descripción y ubicación geográfica de Nahuizalco

Nahuizalco es considerado un municipio turísticamente cultural, se encuentra en el *corazón* del recorrido de dos principales rutas turísticas del país: “*Las Flores*” y “*Náhuatl- Pipil*”, por ser uno de los más reconocidos y antiguos núcleos indígenas de El Salvador, además de ser una población de fuertes y profundas costumbres culturales y religiosas, en donde aún existen vestigios patentes de la cultura Pipil y de su habla el Náhuat. Es un pueblo de origen prehispánico, fue habitado por Pipiles, y en la época colonial la región perteneció a la provincia de los Izalcos. Este histórico municipio sufrió los estragos del *Levantamiento Campesino* en 1932, ocasionando consigo el exterminio de la mayoría de población hablante del Náhuat como el obligado abandono de su riqueza cultural.

El Salvador tiene la cualidad de ofrecer destinos a lo largo y ancho de su territorio, por eso no sorprende que Nahuizalco, además de la belleza plasmada por sus artesanos en artículos de tule, mimbre y madera, sea un destino para vivir una experiencia diferente en turismo cultural. Este histórico municipio, es el primer destino de la Ruta de Las Flores, donde el comercio nocturno y sus platillos típicos lo vuelven el lugar único de disfrute turístico. Nahuizalco está ubicada en la falda sur de la cordillera *Apaneca-Illamatepec*, perteneciente al departamento de Sonsonate (*Ver figura 15*); la ruta principal de llegada a este cultural destino turístico, es a través de la carretera panamericana CA-8, ubicado a 72 km. de San Salvador. Es uno de los 16 municipios que integran el departamento de Sonsonate.

Figura 15. Ubicación geográfica del municipio de Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador.

Fuente: Alcaldía Municipal de Nahuizalco. (2015). *Información de Municipio*: Cfr: ⁸⁶

<http://www.alcaldianahuizalco.gob.sv/index.php/quienes-somos/informacion-del-unipicio/ubicacion-geografica>

Este histórico y cultural municipio se encuentra a 7.4 kilómetros al Norte de la cabecera del departamento de Sonsonate y a 72 kilómetros de la Ciudad de San Salvador. Limita al Norte con Chalchuapa (*Departamento de Santa Ana*), Salcoatitán y Juayúa; al Este, con Santa Ana (*del departamento del mismo nombre*), Izalco y Sonzacate; al Sur, con Sonsonate y San Antonio del Monte; y al Oeste, con Santa Catarina Masahuat. Sus coordenadas geográficas son: 13° 51' 51" LN (*extremo septentrional*) y 13° 44' 13" LN (*extremo meridional*); 89° 37' 51" LWG (*extremo oriental*) y 89° 45' 36" LWG (*extremo occidental*).

La extensión territorial de Nahuizalco es de 34.32 Km² (*aproximadamente 33.97 Km² son de área rural y 0.35 Km² de área urbana*). (Ver figura 18). Su altitud es de 540 metros sobre el nivel del mar, cuenta con un clima cálido oscilando entre los 27° a 28°.

⁸⁶ Durante la realización de esta consultoría, la página web propiedad de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco se conservó vigente, sin embargo al cierre de esta investigación, presenta dificultades técnicas para su acceso.

3.3.3 Nahuizalco en el *SIGMuni*⁸⁷

La Subsecretaría de Desarrollo Territorial y Descentralización (*SSDT*) de El Salvador, con el apoyo del Proyecto de Fortalecimiento de Gobiernos Locales (*PFGL*), diseña el *Sistema de Información de la Gestión Municipal (SIGMuni)*, que brinda información de los municipios y de la gestión del gobierno local. Esta consultoría aborda esta herramienta disponible al público, para obtener información oficial de forma generalizada sobre el municipio de Nahuizalco. Para este diagnóstico es importante conocer el proyecto y sistema de gestión municipal:

El Proyecto de Fortalecimiento de Gobiernos Locales (*PFGL*) BIRF 7916-SV⁸⁸, tiene como objetivo mejorar los procesos y sistemas (*Administrativos, financieros y técnicos*) de las municipalidades, así como su capacidad para prestar servicios básicos en el desarrollo de procesos sostenibles, en el mediano y largo plazo. Este propósito se impulsa con la participación del Gobierno de la República de El Salvador y los Gobiernos Municipales de los 262 municipios del país⁸⁹. El *PFGL* exige un fortalecimiento institucional para dar respuestas a demandas técnicas, administrativas y territoriales, donde las municipalidades ejercen un rol estratégico, promoviendo Planes Estratégicos Participativos (*PEP*), modernización del Sistema de Administración Financiero Municipal (*SAFIM*) y el *SIGMuni*.

El *PFGL* apoya el *Sistema de Información de la Gestión Municipal (SIGMuni)*, su implementación ha beneficiado a 120 municipalidades distribuidos en los 14 departamentos, hasta octubre de 2016, el *SIGMuni* tiene a disposición del público más de 400 planes de todos los municipios del país. Como parte de sus ventajas, desde cualquier parte del mundo se puede conocer de manera rápida, ágil y oportuna la información sobre la gestión municipal en El Salvador. En cada municipio se encuentra dos tipos de información: Situación General (*Responsabilidad SIGMuni*) y Gestión Municipal (*Responsabilidad de Alcaldía*).

⁸⁷ *SIGMuni* es una plataforma virtual Cfr: www.sigm.gob.sv con información municipal que muestra apartados sobre la situación general del municipio (*población y territorio, índice de desarrollo humano, situación de pobreza, entre otros*) y sobre la gestión municipal (*planes del municipio, políticas, estrategias, otros*).

⁸⁸ Cfr: La Prensa Gráfica, Miércoles, 16 de noviembre de 2016. P. 1-8

⁸⁹ Este *PFGL* cuenta principalmente con los recursos de la operación de préstamo con el Banco Mundial (BM), desde el año 2011 extendido hasta 2016, con un presupuesto de \$80 millones de dólares. Involucra directamente a varias entidades, cada una con un rol determinado: Ministerio de Hacienda (*MH*), Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (*ISDEM*), Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (*FISDL*), Corporación de Municipalidades de la República de El Salvador (*COMURES*) y la Subsecretaría de Desarrollo Territorial y Descentralización (*SSDT*). Cfr: La Prensa Gráfica, Miércoles, 16 de noviembre de 2016. P. 1-8

El *SIGMuni* contribuye a que la población conozca y participe activamente en el desarrollo y administración de su territorio; además, con su implementación y oportuna actualización, las municipalidades avanzan el cumplimiento de la Ley de Acceso a la Información Pública⁹⁰.

Nahuizalco se encuentra dentro de los 24 municipios que están preparándose para cargar información de su gestión municipal o que no lo hacen por problemas administrativos, técnicos o políticos⁹¹. Para propósitos de este diagnóstico, solamente se hará uso de la Situación General de Nahuizalco. La figura 16 muestra el mapa país, sobre la plataforma virtual *SIGMuni*; donde se pueden buscar en cada departamento (*Sonsonate*) el municipio en consulta: Nahuizalco.

Figura 16. Mapa de El Salvador sobre la plataforma virtual *SIGMuni*.



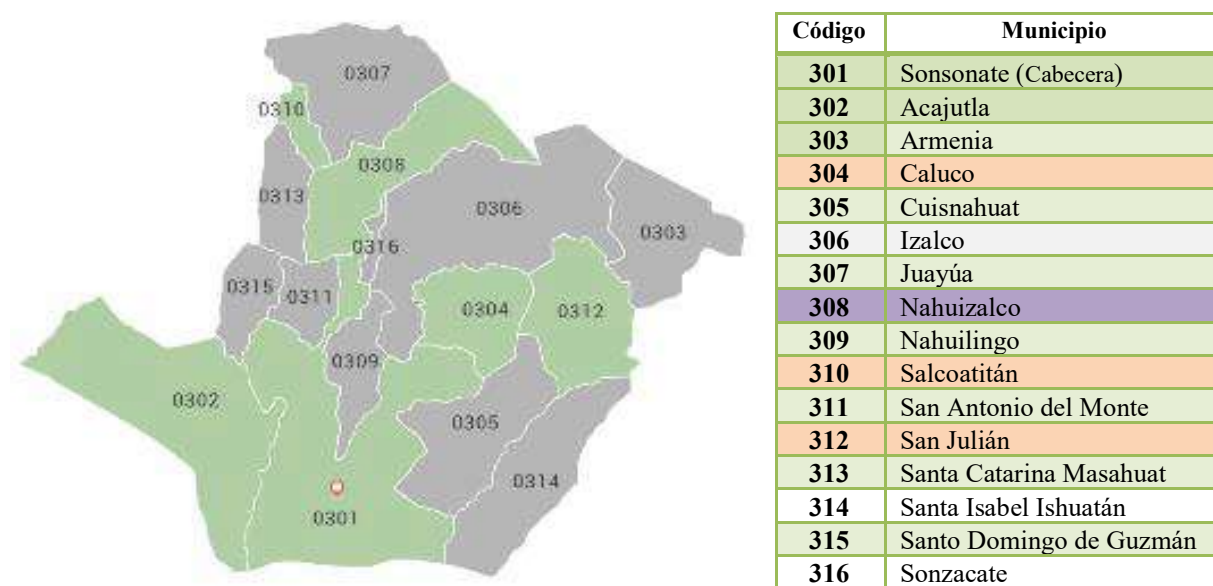
Fuente: Cfr: <http://sigm.gob.sv/>

Gobierno de El Salvador. SIGMuni. Diseño y Desarrollo: SAE/SSDT (2013-2014), con apoyo de Meridion Trading Group (MTG) y con fondos del Proyecto de Fortalecimiento de los Gobiernos Locales (PFGL). Implementación: Coordinación General PFGL (2014-2015) con apoyo MTG y fondos PFGL.+

Una vez identificado el departamento de Sonsonate, se puede visualizar su mapa geográfico por municipios (*Ver figura 17*).

⁹⁰ El usuario del *SIGMuni* puede obtener datos relevantes de cada territorio (*población, educación, pobreza, violencia, asociaciones intermunicipal, otros*); y registros importantes de la gestión municipal. Cfr: <http://www.pfgl.gob.sv/Site/index.php/sistema-de-informacion-de-la-gestion-municipal.html>

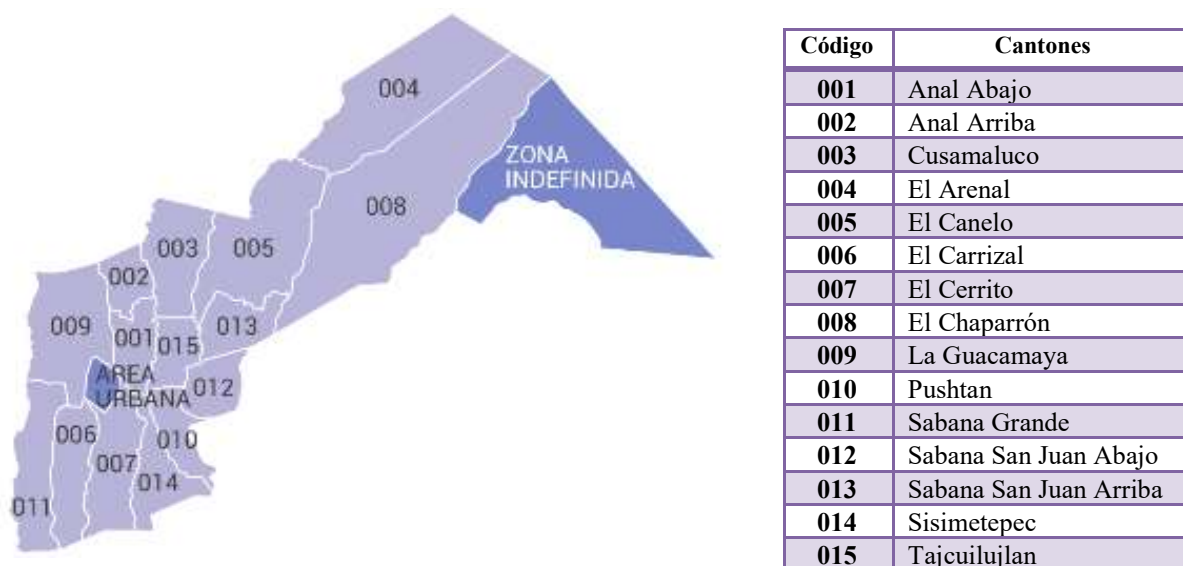
⁹¹ Cfr: La Prensa Gráfica, Miércoles, 16 de noviembre de 2016. P. 1-8

Figura 17. Mapa geográfico del departamento de Sonsonate, El Salvador.

Fuente: Cfr: <http://sigm.gob.sv/Departamento.xhtml?d=SO#?m=0307&d=SO>

Nota: los municipios trazados en color verde, se encuentran en la fase de preparación de cargar información al SIGMuni, el resto no forma parte del Sistema.

El municipio de Nahuizalco con código 308, es el destino de este diagnóstico, la *figura 18* muestra su mapa geográfico compuesto por su área urbana y sus respectivos cantones.

Figura 18. Mapa geográfico del Municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

Fuente: Cfr: <http://sigm.gob.sv/Municipio.xhtml?m=0308&d=SO>

⁹² Sonsonate es una antigua provincia de la Capitanía General de Guatemala, que obtuvo su independencia de España en 1821 y que a partir de 1824 junto con la provincia de San Salvador formaron, El Salvador.

Para propósitos de este diagnóstico, solamente se hará uso del *SIGMuni* en lo referente a la Situación General de Nahuizalco (*Ver tabla 36*)

Tabla 36. Situación poblacional, territorial y social del municipio de Nahuizalco (*SIGMuni*).

SITUACIÓN POBLACIONAL, TERRITORIAL Y SOCIAL DEL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO		
Población y territorio ⁹³		
Población Total	49,081 Habitantes (<i>VI Censo de población y V de vivienda 2007,DIGESTYC</i>)	
	Población Masculina: 23,696 habitantes (48%)	200 personas mayores a 85 años
	Población Femenina: 25,385 habitantes (52%)	55% menores de 20 años
	Ranking de Mayor a Menor Población: 29º de 262 Municipios (<i>Elaboración SSDT, en base a VI Censo de población y V de Vivienda 2007, DIGESTYC</i>)	
Extensión Territorial	34.3 Km² (<i>Centro Nacional de Registro, CNR</i>)	
	Ranking de Mayor a Menor Extensión: 97º de 262 Municipios (<i>SSDT, según datos del Centro Nacional de Registro, CNR</i>)	
Densidad Poblacional	672 Habitantes por Km2 (<i>VI Censo de población y V de vivienda 2007,DIGESTYC</i>)	
	Ranking de Mayor a Menor: 29º de 262 Municipios (<i>Elaboración SSDT, en base a VI Censo de población y V de Vivienda 2007, DIGESTYC</i>)	
Proyecciones (2015-2020)	Población	Densidad Poblacional
	50,618 Hab. (promedio de 10 años)	693 Hab/Kms2
	(Proyecciones municipales de población 2005-2020, DIGESTYC, 2009)	
Número y Porcentaje de Hogares	Total Hogares: 10,563 (1% respecto al total nacional)	
	Hogares Rurales: 3,195 (30% respecto al total Municipio)	
	Hogares Urbanos: 7,368 (70% respecto al total Municipio)	
	(VI Censo de población y V de vivienda 2007,DIGESTYC)	
Distancia de Cabecera Municipal	Cabecera Departamental: 7.40 Km	Capital del país: 72 Km
	(Centro Nacional de Registro, CNR)	
Población por cantones	Área urbana 9,692 de 49,081 (20%), Cerrito 6,718, Sabana Grande 3,629 entre otros.	
Índice de Desarrollo Humano y Pobreza ⁹⁴		
Desarrollo Humano	0.687 (<i>Almanaque 262 Estado del Desarrollo Humano El Salvador, PNUD 2009</i>)	
Pobreza	23% (<i>Mapa de Pobreza de El Salvador. FISDL-FLACSO 2005</i>)	
Esperanza de vida	69 años (<i>Almanaque 262 Estado del Desarrollo Humano El Salvador, PNUD 2009</i>)	
Educación 2015 ⁹⁵		
Analfabetismo	Mayores de 10 Años: 8,543 Habitantes (23%)	
Actividad educativa	12,627 Alumnos, 328 Docentes y Centros escolares 27 (87%) y privado 4 (13%) (Ministerio de Educación - MINED. Año 2015.)	
Salud ⁹⁶		
Centros de Salud	Existen Unidades Comunitarias de Salud Familiar (<i>UCSF</i>) con personal médico, enfermería y promotores de salud.	
Información Electoral Municipal ⁹⁷		
Político Municipal	Para el año 2015, con una cantidad de votos válidos de 8,573 (49%) de un total de 17,483 el FMLN encabezado por el alcalde Dr. Jorge Willer Patriz Castaneda	
Información Sobre Violencia ⁹⁸		
Actos delictivos (2015)	Homicidios 147 por cada 100.000 habitantes, Extorsiones 20, Violaciones 14	

Fuente: elaboración propia Cfr: <http://sigm.gob.sv/general/informacionPoblacion.xhtml?m=0308&d=SO>

⁹³ Población y territorio SIGM/SSDT/PFGL julio de 2015

⁹⁴ IDH Nahuizalco PFGL/SIGM (Noviembre, 2015)

⁹⁵ Fuente: VI CENSO de población y V de Vivienda 2007, DIGESTYC

⁹⁶ Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social -MINSAL- Febrero de 2016.

⁹⁷ Equipo SIGMUNI, con base en datos del Tribunal Supremo Electoral -TSE-, 2000-2015

⁹⁸ Cifra hasta diciembre de 2015, Estadísticas de Delito.-Unidad de Análisis -PNC-El Salvador

3.3.4 Caracterización del entorno *socio-económico* de Nahuizalco

La *tabla 37* sintetiza las características económicas, demográficas y sociales del municipio.

Tabla 37. *Caracterización del entorno socio-económico del municipio de Nahuizalco.*

Datos generales	Fundación: 1858 (villa) y 1955 (ciudad). Fiestas patronales: del 19 al 25 de junio Patrono: San Juan Bautista. Alcalde de turno: Jorge Willer Patriz Castaneda		
Geografía Municipal	Extensión: 34.32 km ² Caseríos y cantones: 15 cantones, 25 caseríos		
Habitantes de Nahuizalco <i>Según datos de la Dirección General de Estadísticas y Censos, Ministerio de Economía año 2007.</i>	49,081 habitantes (68.4% reside en área urbana y 31.6% en área rural). El 48.3% pertenecen al género masculino y 51.7% al femenino.		
Atractivo turístico cultural	Iglesia colonial, Mercado Nocturno, Gastronomía, Industria Artesanal de tule, sombreros, muebles y tejidos, costumbres y tradiciones.		
Índice de Desarrollo Humano (IDH)	0.687; posición número 111 a nivel nacional		
Esperanza de vida	Se calcula en 69.4 años		
Tasa de alfabetismo (mayores 15 años)	73.7% (Masculino 82.6 y Femenino 17.4)		
Índice de Competitividad Municipal (ICM) <i>USAID (2009) Índice de Competitividad Municipal 2009, para 100 Municipalidades de El Salvador: La calificación promedio fue de 5.79.</i>	Año de Medición	Posición	ICM
	2009	16 (de 100)	6.33
	2011	17 (de 108)	6.71
	2013	78 (de 108)	5.63
Perfil educativo (Ministerio de Educación 2008)	27 Centros escolares (24 públicos y 3 privados).		
PIB Per cápita	US \$4,631.10.		
	Agropecuaria: Se producen granos básicos, hortalizas y frutas. Además, crianza de ganado, porcino y aves de corral. Cultivo de fibras naturales como materia prima para la fabricación de artesanías.		
	Elaboración de artesanías: de productos de carpintería y fibras naturales, producto del legado cultural ancestral.		
	Comercio: Existe un Mercado Nocturno en la que; comerciantes, artesanos y la gastronomía autóctona, constituyen un atractivo turístico.		
	Servicios de Transporte: Es un rubro importante donde circulan turistas y visitantes (<i>Ruta de Las Flores</i>)		
Mapa de actores institucionales	Alcaldía Municipal de Nahuizalco, Ministerio de Turismo (<i>MITUR</i>), Ministerio de Trabajo, Secretaría de la Cultura, <i>CONAMYPE</i> , entre otros similares.		

Fuente: Elaboración propia tomando datos de los siguientes informes:

- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2009). *Almanaque 262 Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009*, p.63. Recuperado de <http://www.pnud.org.sv/2007/content/view/1098/167?Itemid=154>
- Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal (USAID). (2012). *Plan de Competitividad Municipal del Municipio de Nahuizalco-Sonsonate 2012-2016*. Recuperado de https://www.google.com.sv/webhp?gws_rd=ssl#q=plan+de+competitividad+usaid+de+nahuizalco

3.3.5 Tejido productivo y empresarial de Nahuizalco

Nahuizalco es un pueblo culturalmente histórico, con un sistema de producción eminentemente artesanal y autóctono (*cultura popular*), su economía descansa en un legado ancestral de origen *Náhuat-Pipil*: con su agricultura, la ganadería, su artesanía por excelencia (*arte manual*); sus platos típicos gastronómicos, sus forma de comercializar estos productos en el mercado tradicional y nocturno, sus costumbres y tradiciones; variables que son integradas en su práctica turística que es caracterizada por resguardar una fuerte presencia de población indígena dedicada al comercio *turístico-artesanal* (*madera y fibras naturales*); todo esto constituye un *tejido productivo* considerado como patrimonio económico local.

Por consiguiente, el tejido productivo de este municipio dentro de su economía principal depende más del turismo y no de la agricultura, aprovechando la complacencia de ser un lugar de belleza natural, de tradición cultural, y donde además se encuentra la más variada arquitectura, gastronomía y artesanías. Esta consultoría describe los elementos más importantes de su tejido productivo:

a) Sector agrícola y ganadero

Nahuizalco cuenta con una buena dotación de recursos hídricos y tierras fértiles con potencial para la explotación agrícola y ganadera. Para la zona rural, el rubro agrícola es considerado el más importante, dentro de estas actividades destacan la producción de granos básicos (*café, hortalizas, legumbres y frutas*). Aunque el terreno o topografía es muy quebrada, posee tierra productiva, la cual es muy importante para el cultivo del maíz, frijol y arroz. Nahuizalco aporta a la economía salvadoreña proporcionando las cosechas que sostienen la canasta básica de numerosas familias⁹⁹. Existe crianza de ganado porcino y aves de corral a menor escala. En algunas zonas del territorio se cultivan fibras naturales tales como el carrizo y el tule de petate, del cual se extrae la médula a la cual llaman mecate o corazón de tule, que es utilizado como materia prima para la fabricación de una variedad de artesanías; también estas tierras son aprovechadas para cultivar flores y árboles frutales.

⁹⁹ La mayor parte de la producción agropecuaria del municipio es generada por pequeños productores rurales (68%), lo que abastece la demanda local y tienen posibilidades de atender demanda externa (*Departamento de Sonsonate y a una parte de la zona Occidental y Central del país*). Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal (USAID). (2012). *Plan de Competitividad Municipal del Municipio de Nahuizalco 2012-2016*. Pág.72.

b) Sector Artesanal

Las actividades económicas industriales más destacadas de Nahuizalco son la elaboración de artesanías y la carpintería. Al recorrer *La Ruta de Las Flores* de Sonsonate hacia Ahuachapán, aproximadamente a tres kilómetros antes y después de su llegada a Nahuizalco, se puede apreciar diversas ventas de muebles artesanales como ningún otro lugar del país (*estilo, diseño y perfección artesanal*) y de diversos productos artesanales de fibras naturales, que es complacencia turística de los viajeros.

Nahuizalco es cuna de diversos talleres artesanales que ayudan por excelencia al desarrollo de la *cultura salvadoreña*, este municipio cuenta con una de las comunidades artesanales más numerosas en la Zona Occidental de El Salvador, poseedor de un legado ancestral en la elaboración de diversas artesanías con fibras naturales. La materia prima más utilizada por los artesanos es *el Tule*, cultivada en algunos cantones del municipio, con esta fibra se elaboran en su mayoría petates y canastas de diferentes tamaños y en menor volumen bolsos, sillas, alfombras, sombreros, entre otros. La mayoría de estos productos son comercializados por los mismos artesanos en el mercado local de Nahuizalco y mayormente en otros municipios de *La Ruta de Las Flores*¹⁰⁰.

La *Mesa de Desarrollo de artesanos de Nahuizalco*¹⁰¹, organiza normalmente durante sus fiestas patronales, encuentros culturales entre artesanos de diversos municipios del país entre ellos: *Nahuizalco* y Santo Domingo de Guzmán (*Sonsonate*), Suchitoto (*Cuscatlán*), La Palma (*Chalatenango*), San Sebastián (*San Vicente*), Ilobasco (*Cabañas*), entre otros municipios de trayectoria artesanal; quienes ofrecen una diversidad de productos innovadores y de calidad artesanal salvadoreño. El objetivo de esta mesa es el conocimiento y comercialización de las artesanías y la cultura de cada uno de los pueblos participantes; Nahuizalco presenta además del *telar (tapetes de hilo de tela y tule, una tradición indígena recuperada recientemente)*, el *petate*, un producto artesanal autóctono por excelencia, el que brevemente se describe a continuación:

¹⁰⁰ Se estima que el 27% de la población del municipio se dedica a las actividades artesanales, generalmente en establecimientos pequeños. El 76% de los talleres del territorio son catalogados como microempresas aún de subsistencia. Los artesanos que han logrado mejores condiciones son los que se dedican a la carpintería, ya que sus ingresos son superiores. El *CEDART* de Nahuizalco, registra más de un centenar de talleres que representan más del 40% del total de establecimientos artesanales en la región de Sonsonate.

¹⁰¹ Esta mesa fue creada con el apoyo y asesoramiento de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (*CONAMYPE*), el apoyo del Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (*CDMYPE*), de Sonsonate; la alcaldía del municipio, la Hidroeléctrica Sensunapán y el Consejo de Pueblos Originarios *Náhuat Pipil*.

Artesanías de fibras naturales de Nahuizalco, un arte cultural prehispánico

Los pobladores indígenas de Nahuizalco, se han dedicado como legado ancestral a la artesanía del petate¹⁰² entre otras artesanías de fibras naturales, su técnica de elaboración es totalmente manual (*considerado un arte popular*) y es posible que no haya variado desde antes de la conquista; tradicionalmente son las mujeres indígenas las que con frecuencia las confeccionan; y los hombres se orientan en la fabricación de canastos, tombillas, sombreros y otros derivados.

Las principales materias primas como fibras naturales se tienen: *el tule*, una *espiga parecida a una fibra*, se utilizan tanto su cáscara como el bejuco o comúnmente llamado *corazón del tule*, una fibra natural criolla, que se cultiva en algunos cantones periféricos de Nahuizalco, utilizando las tierras más húmedas muy ceca de los ríos o lugares pantanosos; esta fibra se aprovecha todo excepto las hojas ya que con la cascara o la parte lisa sirve para hacer los petates y del corazón se elaboran las alfombras, las varas de carrizo de este material se utilizan para la manufactura de tombillas y canastos; *el mimbre* del cual se elaboran muebles, lámparas, sombreros, cestas, cunas; *flor del zacate*, crece de forma silvestre en las riveras de la montañas y entre ríos del municipio, se elaboran: tapetes individuales y cortinas.

Actualmente en Nahuizalco, la elaboración de artesanías se ha intensificado con la elaboración de muebles, tapetes, telas, alfombras, hamacas de hilo torcido, otros, existiendo para ello diversos talleres caseros donde elaboran estos productos artesanales.

Nahuizalco enfrenta algunos retos principales que se presentan en el rubro de artesanías: la continua escasez de fibras naturales (*mimbre, tule*) y su costo consecuentemente elevado; una mayor conciencia sobre el uso de la madera para reducir su contribución a la deforestación; capacitación de artesanos para mejorar sus habilidades empresariales; emigración de artesanos con sus artesanías hacia otros municipios turísticos (*emigración de identidad cultural*).

c) Sector Turismo

Nahuizalco es un pueblo cultural *Náhuat-Pipil* de gran tradición y costumbres indígenas, cuna y hogar de artesanos talentosos y productores agrícolas, está representado por: recursos naturales que imponen su belleza, infraestructuras arquitectónicas coloniales, laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbre para sus artesanías, pobladores fieles a sus costumbres religiosas y atención cálida con sus visitantes; que junto a sus *tradiciones y cultura*, hacen de Nahuizalco en un verdadero corazón turístico.

¹⁰² Proviene del vocablo *Náhuat-Pipil* "*petlatl*", un tipo de alfombra tejida o estera, elaborada a base de fibras de la planta llamada palma de petate. En El Salvador es frecuente la frase coloquial "*Ya se petateó*" (*Reconocido por la Real Academia Española*), el verbo petatear (*o petatearse*) se usa como sinónimo de morir, debido a que el petate también se utiliza para velar y enterrar a los muertos desde la época prehispánica.

Entre los recursos turísticos más relevantes que posee el territorio destacan:

- **La Iglesia católica de Nahuizalco** (joya arquitectónica del siglo XVII),
- **Centro Patrimonial y Ruta Artesanal** (conforma el centro mismo de la ciudad).
- **Museo Náhuat-Pipil** (*exhibe* piezas prehispánicas y hechos históricos de 1932)
- **Recursos Naturales entre cascadas, ríos y cerros** (cascada El Salto, Las Golondrinas, Las Monjas, Río Sensunapán, Cerro el Tuncol, y otras bellezas).

El municipio es reconocido por sus tradiciones culturales entre las que destacan:

- **Las cofradías:** Grupos de personas que celebran ha determinado Santo.
- **Las fiestas patronales:** dedicadas a San Juan Bautista, se realizan del 19 al 25 de junio.
- **Día de los Canchules:** propia de Nahuizalco y se celebra el 1 de noviembre.
- **Romerías y peregrinos:** participar en las festividades religiosas de otros pueblos.
- **La Semana Santa:** fiesta religiosa, que caracteriza a las procesiones vivientes.
- **La Piedra Techical:** lugar sagrado donde los ancestros realizaban las ceremonias *Náhuatl-Pipil* para rendir atributos a la madre naturaleza.

Esta consultoría describe con mayor énfasis el “*Mercado Nocturno*”, uno de los atractivos de mayor interés turístico de Nahuizalco, e icono del tejido productivo:

El Mercado Nocturno de Nahuizalco.

Es una de las tradiciones que hacen de Nahuizalco un sitio de gran interés turístico. *El Mercadito Nocturno* único a nivel nacional cuenta con una gastronomía con platillos tradicionales como herencia indígena; se ubica en el centro del casco urbano y toma vida por la noche, cuando los lugareños lo iluminan actualmente con electricidad, sin embargo algunos puntos gastronómicos aún conservan la expresión tradicional del uso de velas o candiles para atraer a los visitantes. El mercado permanece diariamente en funciones desde las cinco de la tarde hasta las diez de la noche¹⁰³.

En este atractivo turístico se pueden adquirir artesanías y artículos típicos tales como: *canastas y cestas de mimbre, petates y una variedad de productos derivados*; y lo principal una variada gastronomía de origen *Náhuat-Pipil* en cuanto a comidas y bebidas: *yuca salcochada con chicharrón, atoles, tuyuyos (tamales con frijoles), encurtidos ticucos (variedad de tamal), cochinita, fritada, yuca con cachetes de tunco, costillas, panes con gallina, carne guisada, chiles rellenos, arroz frito, conejo y otras carnes exóticas*; además, se comercializan la mayor parte de los productos agrícolas que se cultivan en los cantones de la periferia de Nahuizalco, incluyendo experiencias y vivencias culturales únicas e inolvidables.

¹⁰³ En Nahuizalco se desarrollan dos mercados: *el tradicional* que atiende de 8:00 a.m. a 4:00 p.m. Y *el nocturno* inicia desde las 5:00 p.m. hasta las 10:00 p.m.

La práctica del turismo, es para Nahuizalco un incentivo para el desarrollo local; tanto urbano como rural. Actividad en auge que permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo generación de ingresos, posibilidades de empleo y frenando a su vez el éxodo rural de su cultura autóctona. Similar escenario acude a diversos municipios turísticos a lo largo del país; sin embargo por sí solo *el turismo*, no es la panacea para solucionar los diversos problemas complejos y variados que aquejan el desarrollo de este cultural municipio, es un error considerar este sector como la única alternativa posible a la agricultura o a otra actividad económica local.

d) Tejido empresarial

Esta consultoría ha enunciado los tres principales sectores que envuelven el tejido productivo de Nahuizalco, sin embargo se perfila de forma complementaria el *tejido empresarial*; conformada por los siguientes sectores: Agroindustriales (*producción artesanal realizada por los pobladores en pequeña escala*), comercios y servicios en general.



Fotografía 6. Comerciantes en la dinámica del Tejido Productivo de Nahuizalco

Comerciantes de origen indígena *Náhuat-Pipil*, ofertando productos agrícolas y artículos artesanales como parte del Tejido productivo del Municipio, localizados al costado oriente de la Alcaldía Municipal muy cercano al mercado y el parque central. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: enero 2017.*

3.3.6 Riqueza cultural, un patrimonio turístico con legado ancestral

Su topografía es muy quebrada pero fértil para la producción de maíz, arroz, así como diversidad de flores y árboles frutales, crianza de ganado vacuno y porcino; y otras actividades agrícolas y ganaderas propias de la zona rural, su territorio es bañado por ríos, lo que hace propicio el cultivo del tule y carrizo, que se utilizan como principales materias primas para la elaboración de sus artesanías, entre ellas por excelencia el “petate”.

Nahuizalco, comprende un núcleo de 50 manzanas urbanizadas (*Ver figura 19*), en el extremo Norte se encuentra una plaza alrededor de la cual, están instalados al Oriente la iglesia parroquial *San Juan Bautista* que data del siglo XVII y al Poniente un pequeño parque remodelado, al Sur la Alcaldía Municipal y el mercado, al Norte algunos comercios y viviendas, en la misma zona se encuentra la Oficina de Centro de Desarrollo Artesanal (*CEDART*), la Casa de la cultura y recientemente un museo histórico y cultural. Jurisdiccionalmente la parte urbana se divide en cuatro barrios: *EL Calvario*, *Las Mercedes*, *Trinidad* y *San Juan*; en la que reside aproximadamente el 17% de la población.

Figura 19. Mapa Turístico de la ciudad de Nahuizalco



Fuente: proporcionado por el Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco.

El presente diagnóstico turístico de Nahuizalco, se desarrolla en su casco urbano.



Fotografía 7. Parque central de Nahuizalco y su plaza, corazón turístico de su casco urbano.

Panorama del parque *Benjamín Bloom* y su plaza central, corazón turístico donde se concentran sus visitantes en fin de semana, al final la estampa de su iglesia colonial, en la lejanía las verdes y frondosas montañas cubiertas de una agradable ambiente natural, ángulo que se visualiza desde el inmueble de la Alcaldía Municipal. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: enero 2017.*

Nahuizalco es una de las poblaciones indígenas y artesanales, con ricas tradiciones, historias culturales y religiosas, más arraigadas del país.



Fotografía 8. Iglesia Colonial San Juan Bautista, pieza arqueológica del siglo XVII

Las festividades religiosas de Nahuizalco son diversas y variadas, sus fiestas patronales se celebran del 19 al 25 de junio en honor a San Juan Bautista. También presenta fuertes creencias mitológicas y prácticas de medicina tradicional. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: agosto 2016.*

3.3.7 Nahuizalco, dentro del mapa de violencia nacional

Nahuizalco además de ser el portal de la *Ruta de Las Flores* como primer destino turístico de este circuito, una población de laboriosos agricultores y artesanos de origen indígena; donde su belleza cultural se plasma principalmente en artículos de tule, mimbre y madera; su dinámica turística se desarrolla en su casco urbano, donde se puede disfrutar variados atractivos culturales. Lastimosamente este *pueblo de paz y prosperidad (como lo enuncia su un slogan municipal)*, paradójicamente se ha convertido no solo en el segundo municipio más violento del departamento de Sonsonate después de Izalco, sino el sexto a nivel nacional¹⁰⁴.

Son esas montañas verdes y frondosas que se observan desde la lejanía, sobre *La Ruta de Las Flores (segunda Ruta turística más importante de interés nacional)* que en el fondo esconden una problemática que tienen asediados a miles de habitantes de esas zonas aun consideradas indígenas. Una condición incómoda y crítica cuando se trata de un municipio con destino cultural que recibe una afluencia mensual aproximada que varía entre 3,000 a 8,000 visitantes; dependiendo de su calendario de festejos y actividades culturales, en la que las autoridades turísticas locales estiman un gasto promedio diario por visitante que ronda los \$20; convirtiéndose en un soporte económico de Nahuizalco como destino turístico¹⁰⁵.

Lamentablemente la violencia no hace diferencia entre municipios, un fenómeno que no es exclusivo de un pueblo o municipio en particular, este flagelo resalta de inmediato por todas partes, aunque con signos diferenciadores en cada lugar que se manifiesta (*homicidios, extorsiones, secuestros, éxodos de comunidades, otros*). Este trauma, gana cada vez más relieve en un país que carga con grandes problemas sociales y económicos por resolver. Nahuizalco no escapa al flagelo de la violencia a nivel nacional, según reportes policiales e índices delincuenciales de autoridades locales, para el año 2016; este municipio con 59 homicidios, se convierte en los últimos meses en el segundo más violento del departamento de Sonsonate¹⁰⁶.

¹⁰⁴ Nahuizalco forma parte de *El Consejo de Prevención de la Violencia y Seguridad Ciudadana*, como una propuesta de la Alcaldía de Nahuizalco desde 2010, iniciativa que es apoyada técnicamente por varios proyectos que trabajan en el tema de la prevención de la violencia. Cfr: <http://www.amuprev.org/historias/caso.php?id=23>

¹⁰⁵ Como lo hace Estados Unidos con sus ciudadanos, España es otro de los países que advierte a sus conciudadanos a viajar con *extrema precaución a El Salvador debido a los altos índices de violencia*. Apud. El Diario de Hoy. *España advierte a ciudadanos por violencia en El Salvador*. Jueves, 29 de diciembre de 2016, p.20. Además Apud. La Prensa Gráfica. Opinión. *La realidad global está crecientemente infectada por los virus de la violencia y eso es algo que a todos nos atañe*. Martes 9 de Agosto de 2016, p. 27.

¹⁰⁶ Cfr: El Diario de Hoy, *Izalco entre municipios más violentos de Sonsonate*. Miércoles 25 enero de 2017, p.18.

La violencia del año 2016 afectó a 238 municipios del país, la zona occidental tuvo la tasa de homicidio más baja, sin embargo, Nahuizalco repunta como uno de los municipios más violentos a nivel nacional, incrementando su tasa de homicidios de entre 25 y 50 (2015) a 100 a 150 (2016) por cada 100,000 habitantes¹⁰⁷. Este fenómeno no deja de calar negativamente en la intención de los turistas en visitar este histórico y cultural municipio¹⁰⁸.

La *figura 20*, ilustra como Nahuizalco ingresó a la lista de los municipios más violentos del país durante el año 2016, la mitad de esta lista “negra”, está compuesto por municipios que hace dos años no estaban entre los más peligrosos¹⁰⁹.

Figura 20. Los 10 municipios más violentos (mapa de violencia) El Salvador 2016.

Los 10 municipios más violentos de 2016, con una población arriba de 50,000 habitantes, Nahuizalco ingresa a la lista por incremento de homicidios.



Fuente: Municipios más violentos del país 2016-2015, que tienen una población arriba de 50,000 habitantes.

Cfr: La Prensa Gráfica. *El nuevo mapa de violencia*. Lunes, 13 de febrero de 2017.p. 3

La mano de la delincuencia es un problema latente que está reduciendo el flujo y potencial de la actividad turística de Nahuizalco, ya que influye y modifica la decisión del turista para visitar este destino cultural. El *Anexo 10*, describe el drama de la delincuencia que viven miles de habitantes de origen indígena, en las zonas rurales y urbanas marginales de Nahuizalco.

¹⁰⁷ En El Salvador, la tasa de homicidios por cada 100,000 habitantes es de 81 (*la media mundial es de 10*). Para la Organización Mundial de la Salud (OMS) tener una tasa superior a los 10 homicidios es tener una epidemia. *Apud.* La Prensa Gráfica. *El nuevo mapa de violencia*. Lunes, 13 de febrero de 2017.p. 2-7

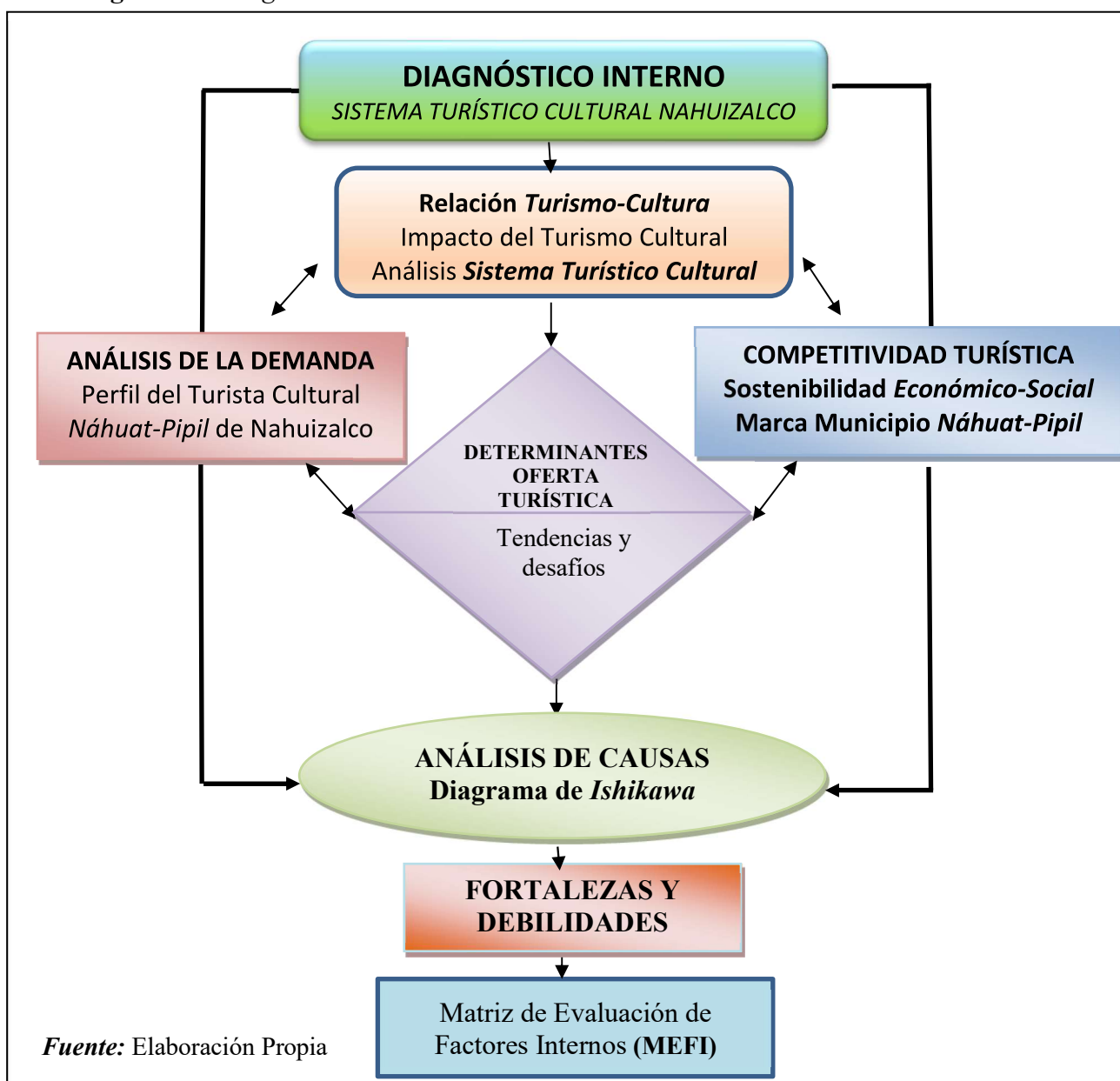
¹⁰⁸ La consultora británica *Verisk Maplecroft*, considera que Latinoamérica es la región con mayor riesgo de sufrir crímenes violentos del mundo, debido a la prevalencia del tráfico de drogas, los secuestros y extorsiones. Según esa investigación, El Salvador (*una tasa de 86 homicidios por cada 100,000 habitantes*) está en la octava posición de países con alto riesgo de crímenes. *Apud.* El Diario de Hoy. *El Salvador, octavo en el mundo entre países con más riesgo de violencia*. Sábado, 3 diciembre 2016, p.26.

¹⁰⁹ La Prensa Gráfica. *El nuevo mapa de violencia*. Lunes, 13 de febrero de 2017.p. 2-7.

3.4 DIAGNÓSTICO INTERNO del *STC* de Nahuizalco

Este análisis interno comprende la descripción de la situación actual y tendencias, de diferentes aspectos del Sistema Turístico de Nahuizalco (*Relación de problemática Turismo-Cultura, impacto del Turismo Cultural, análisis de la demanda, competitividad turística, determinantes de la oferta, análisis de causas y evaluación de fortalezas y debilidades*), variables de las que tiene control y con incidencia en el desempeño de su práctica turística. Este diagnóstico aborda el análisis de los factores internos según la siguiente estructura (*Ver figura 21*).

Figura 21. Diagnóstico de los Factores Internos del *STC* de Nahuizalco



3.4.1 Nahuizalco y su dificultad relacional entre el turismo y la cultura

La combinación de *turismo* y *cultura* es un motor potente para la economía de Nahuizalco, en donde *la cultura Náhuat-Pipil* se ha empleado cada vez más como un elemento básico de los productos turísticos como estrategia de imagen, y *el turismo* se ha integrado a las estrategias del desarrollo como medio de apoyar el legado cultural. Como resultado *el turismo cultural* de este histórico municipio, es una alternativa en el desarrollo económico, social y cultural; un instrumento que permite aprovechar racionalmente los recursos culturales, que deben tener como base una política que integre lineamientos, estrategias y acciones de corto, mediano y largo plazo, al tiempo que busca abatir la marginación y la pobreza de este municipio (*desempleo, emigración, analfabetismo y la deforestación de la naturaleza*).

Sin embargo, aunque *la cultura* es un importante motivador del turismo de Nahuizalco, presenta una problemática natural de relación con el *turismo*. Este diagnóstico advierte que una de las mayores dificultades para trabajar en turismo cultural en este histórico municipio; son las complicadas relaciones que se establecen entre *el turismo* y *la cultura*. Actores y actividades que provienen de campos diversos, permiten comprender las profundas diferencias sobre el concepto de turismo cultural (*uso turístico de los bienes culturales*).¹¹⁰

a) ¿Por qué Nahuizalco debe reconocer la relación entre Turismo y Cultura?

La cultura y *el turismo*, están ligados por sus obvias sinergias y potencial de crecimiento, en donde el *turismo cultural* está creciendo rápidamente en los últimos años como un factor de desarrollo económico local¹¹¹. La relación de estas variables se vincula cada vez más, en la medida en que su papel en el atractivo y la competitividad regional se ha hecho cada vez más evidente. *La cultura* en todas sus formas tiene diversas probabilidades de destacarse entre los productos turísticos, incluso en aquellas que tradicionalmente han dependido de sus ventajas naturales (*sol, playa y las montañas*) para su atractivo. Estos destinos están aumentando su ventaja comparativa agregando de forma creativa a su inventario, *atractivos culturales intangibles*; mediante nuevas y diversas formas de organización y comercialización.

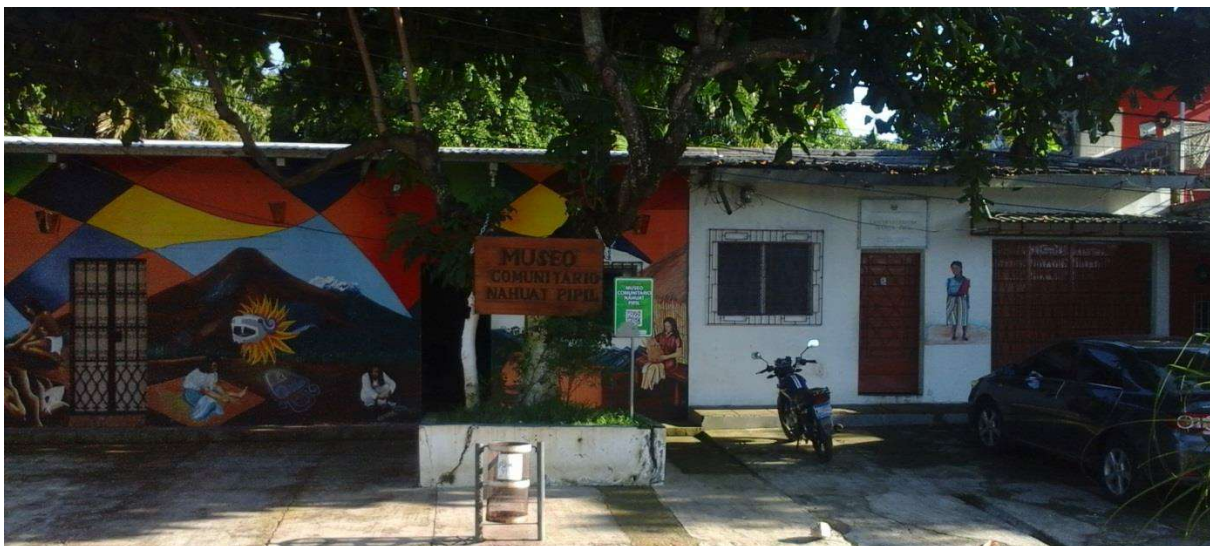
¹¹⁰ Los destinos más exitosos son los que reconocen las más amplias implicaciones de la relación entre *turismo* y *cultura*; variables pueden funcionar como una poderosa combinación para atraer a la gente y a las inversiones.

¹¹¹ *ATLAS Cultural Tourism Survey* (www.tram-research.com/atlas), indica que la proporción de visitantes culturales con una motivación específica por el turismo cultural ha crecido en los últimos años.

Las autoridades turísticas de Nahuizalco, aun perciben *el turismo y la cultura* como dos aspectos separados del destino turístico. Por un lado, consideran los *recursos culturales* como un legado cultural *Náhuatl-Pipil*, sobre todo lo relacionado con la educación y la identidad de sus pobladores; y por otra, se percibe *al turismo*, una actividad relacionada con el esparcimiento; sin advertir de forma integral y potencial, el papel de las ventajas culturales para atraer turistas. *La cultura* genera autenticidad para Nahuizalco y distinción en su mercado turístico, sus habitantes no son únicamente anfitriones del turismo, sino un factor transcendental para la satisfacción del visitante; participando conjuntamente de *las experiencias turísticas*.

b) Nahuizalco y su relación entre el turismo y la cultura

El *turismo cultural* de Nahuizalco presenta dos realidades diferentes: *los actores y actividades turísticas* representados por el Comité de Desarrollo Turístico (CDT) que opera en el Museo *Náhuatl-Pipil* y *los actores y actividades culturales* representadas por la Casa de la Cultura.¹¹²



Fotografía 9. Dificultad relacional entre Turismo y Cultura en el municipio de Nahuizalco.

Estampa que muestra a la izquierda la ubicación del Museo *Náhuatl-Pipil* (*Representante del sector turístico*) y a la derecha La Casa de la Cultura (*Gestor de las actividades culturales*). En ambas instancias, se evidencia una dificultad (*natural*) relacional entre el turismo y patrimonio cultural, en la que cada vez sus desencuentro de una simbiosis organizacional son cada vez mayores. Paradójicamente “*Dios los une y ellas trabajan separados*” *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: Octubre 2016.*

Este diagnóstico advierte: la carencia de una política turística cultural, que organice, proteja y conserve *la relación cultura y turismo*, no permitiendo oportunidades para sus habitantes, y que el turismo cultural se considere un medio para apoyar la conservación del patrimonio y aumentar los ingresos económicos locales.

¹¹² Como lo expresa el Marco Teórico Conceptual (*Ver capítulo II*), el *Turismo y la Cultura* pertenecen a sectores sociales diferentes, cada uno de los cuales tiene sus propios valores, principios y pautas de comportamiento.

3.4.2 Impactos del Turismo Cultural en el municipio

La práctica del turismo sobre todo de tipo *cultural*, ha logrado en Nahuizalco mantener y hasta rehabilitar (*entre otras, la lengua ancestral Náhuat-Pipil*) su patrimonio histórico cultural, con algunas experiencias indígenas que estaban perdiéndose por falta de interés colectivo hasta por sus mismos habitantes, actualmente se observa una recuperación de tradiciones y costumbres, sobre un modelo de desarrollo turístico que intenta convertirse en alternativa productiva de esta comunidad *Pipil*, con actividades turísticas que se convierten en un revulsivo económico y social con efectos en la calidad de vida de sus habitantes.

Diversidad de actores y participantes de esta práctica turística cultural dentro del municipio, insisten en sus múltiples beneficios, sin embargo, la intensificación y diversificación también supone aspectos desfavorables. Esta consultoría realiza un estudio de los impactos positivos y negativos del turismo cultural en el municipio de Nahuizalco¹¹³, considerando para el diagnóstico los siguientes factores: *Económico* (tamaño del destino, dimensión turística, dependencia económica), *culturales y medioambientales* (fragilidad de bienes culturales) y *dimensión social* (dinámicas de relación e intercambio *cultural Náhuat-Pipil*). (*Ver tabla 38*).

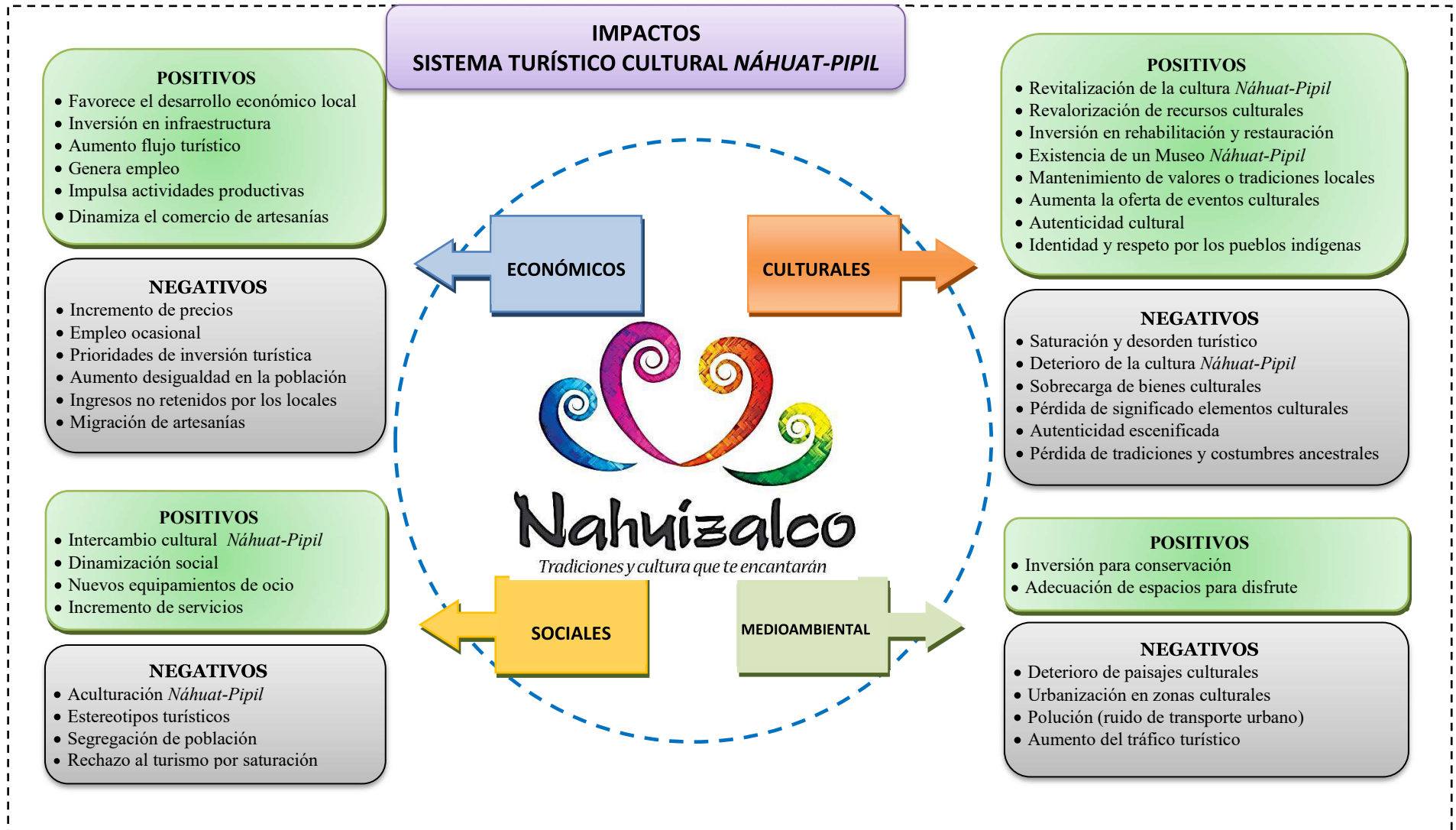
Tabla 38. Impactos del Turismo Cultural en el municipio de Nahuizalco

<i>Impactos de la práctica del Turismo Cultural en el municipio de Nahuizalco</i>		
<i>Dimensión</i>	Positivos	Negativos
<i>Económico</i>	Impulsa desarrollo económico y oportunidades para el municipio, genera empleos, mejoras en inversiones en infraestructuras y otras actividades productivas que dinamizan la artesanía, gastronomía y mercado nocturno.	Incremento de precios que afecta a la población local, los ingresos generados no sean retenidos por todos los actores locales, la desigualdad económica entre ciudadanos. Los empleos, poco calificado, ocasionales e inestables. Migración de artesanías a otros municipios vecinos.
<i>En sociedad</i>	Favorece el intercambio cultural <i>Náhuat-Pipil</i> entre los ciudadanos del municipio y sus visitantes (turistas-excursionistas)	Estereotipos turísticos, pérdida de los referentes culturales propios, una posible <i>aculturalización</i> del Náhuat-Pipil por la comunidad receptora, segregación cultural de los residentes locales y rechazo al turismo por saturación.
<i>Medio ambiente</i>	Conservación y adecuación de espacios de los bienes y paisajes culturales para el uso y disfrute de la población y de los turistas.	Urbanización en áreas culturales, ruido y humo del transporte público en el casco urbano.
<i>Cultura y sus manifestaciones</i>	Mantiene, conserva y revitaliza la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> , su lengua costumbres, tradiciones, leyendas, ritos; que son atractivos para turistas.	Riesgo de destrucción de patrimonio cultural, la conversión de ciertos elementos culturales en productos turísticos puede conllevar la pérdida del significado, extensión de la “ <i>autenticidad escenificada</i> ”, idea que apunta a la posible estandarización cultural.

Fuente: Elaboración propia

La **figura 22** muestra gráficamente por dimensiones y de forma integral, los impactos positivos y negativos del turismo cultural en el municipio de Nahuizalco.

¹¹³ La investigación se realiza en el casco urbano de Nahuizalco, se utiliza la observación y diarios de campo, para recolectar las diversas impresiones de habitantes, visitantes, artesanos y algunos miembros del *Comité de Desarrollo Turístico*.

Figura 22. *Impactos del Turismo Cultural Náhuatl-Pipil en el municipio de Nahuizalco*

Fuente: elaboración propia, adaptando la idea de Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013).

Turismo Cultural. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p. 39 y 41.

3.4.3 Análisis del *Sistema Turístico Cultural (STC)* de Nahuizalco

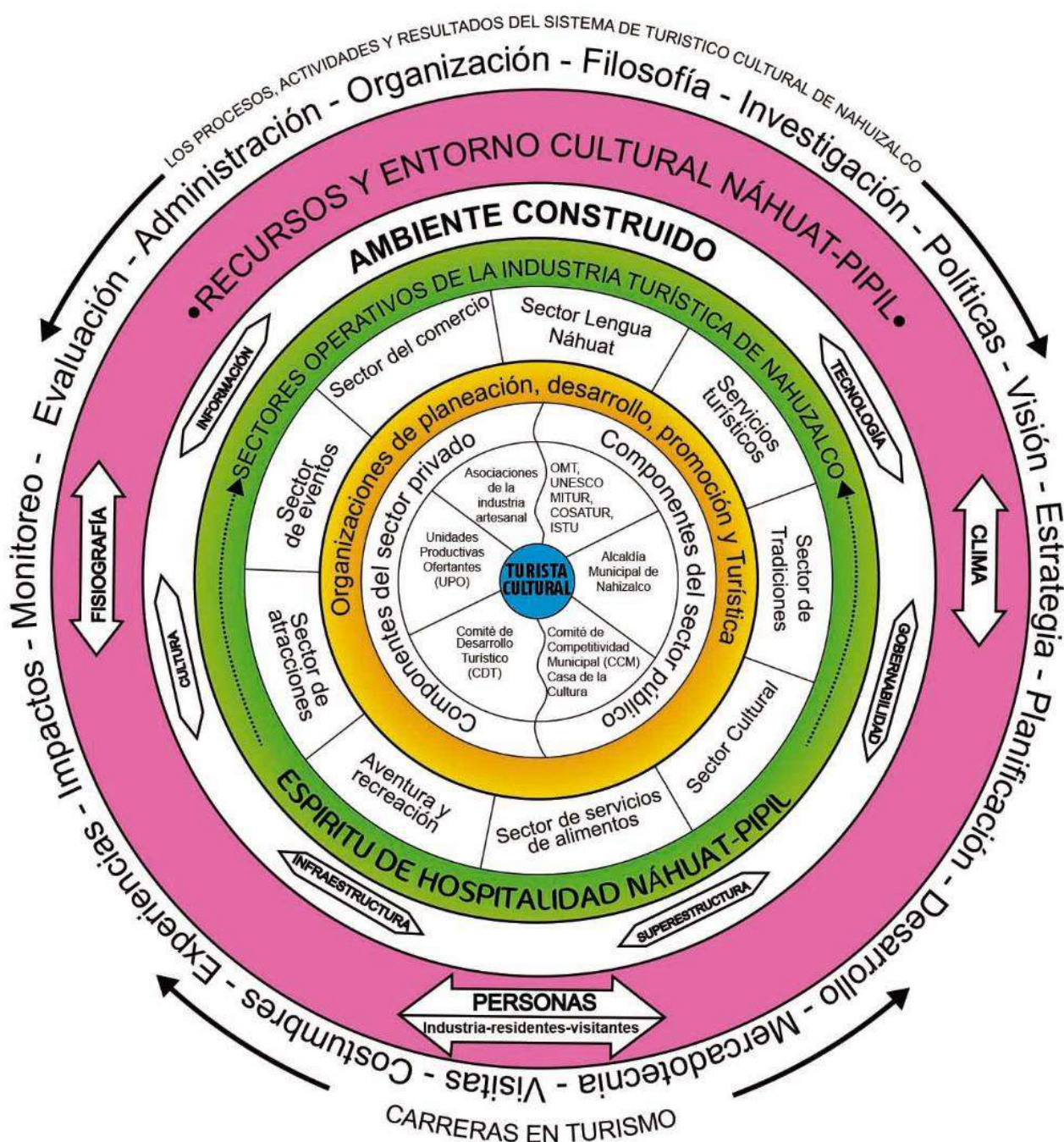
El casco urbano de Nahuizalco, orienta su principal actividad económica a la industria turística, primordialmente al *turismo cultural*, la que descansa en un entorno patrimonial histórico; que es la herencia de un legado indígena artesanal, como una de las tradiciones culturales más arraigadas del país. La Alcaldía Municipal de Nahuizalco en su página web¹¹⁴, le da la bienvenida al turista con la siguiente frase: “*Lo mejor de la cultura de El Salvador lo encuentra aquí. ¡Visítenos!*”, también la marca ciudad expresa: “*Nahuizalco, tradiciones y cultura que te encantarán*”. La visión del municipio enuncia entre otras: “*Un municipio competitivo reconocido... por conservar sus tradiciones, costumbres e historia,...*”. Es evidente como los actores claves del turismo de Nahuizalco centran su atención en *la cultura*, como un motor dinamizador en la apuesta por la recuperación de un valor patrimonial.

Para propósitos de esta consultoría, la emprendedora práctica turística de Nahuizalco, así como sus relaciones, sinergias y divergencias; será visualizada como una idea de *Sistema Turístico Cultural (STC)*. Este enfoque considera el turismo como la suma de todas las posibles relaciones e interacciones que se producen, dirigiendo la atención a las dinámicas que vinculan y comprenden un componente esencial de desarrollo local sostenible, principalmente en sus tres elementos principales: *productos turísticos, actividades turísticas y sus actores u operadores*.

Nahuizalco es un destino turístico dotado de riqueza patrimonial cultural, sus escenarios, actores y medios que componen el *Sistema Turístico*, son elementos concurrentes para su desarrollo entre los que se mencionan: *un territorio* bendecido por su atractivo cultural llenos de leyendas e historias; *una población* formada por laboriosos artesanos con un entorno *cultural* y de eventos propios de sus costumbres ancestrales; *una infraestructura* que se ha desarrollado para facilitar su floreciente turismo; un fenómeno complejo que es extremadamente difícil de describir de manera breve y precisa.

La **figura 23** muestra de forma integral el *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, en la que refleja sus componentes, así como los procesos y resultados clave que ocurren dentro de esta actividad y que son la esencia misma del turismo cultural.

¹¹⁴ <http://www.alcaldianahuizalco.gob.sv/>

Figura 23. Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco¹¹⁵

Fuente: adaptado *Apud.* Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011). *Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas*. 3ª Edición. México D.F. México: Editorial Limusa Wiley, p.14.

El *Anexo 11* expone los componentes del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, así como los procesos y resultados claves que ocurren dentro de esta actividad.

¹¹⁵ Con este modelo, *El turista cultural*, es el corazón del fenómeno turístico, que sin duda se deben entender *qué* los motiva y los factores que influyen en su selección de un destino atractivo.

3.4.4 Análisis de la demanda turística cultural Náhuat-Pipil

La cultura se ha convertido para Nahuizalco, en un elemento de creciente motivación para sus visitantes; lo que ha convertido al *turismo cultural* en una de las tipologías de mayor crecimiento de flujos turísticos en los últimos años; sin embargo, *no existe información disponible sobre la evolución de su demanda*¹¹⁶. Para esta consultoría, se advierte que a pesar de la existencia de tantos perfiles como motivaciones y experiencias que avalen la toma de decisiones de los viajeros, resulta apropiado determinar *al turista de Nahuizalco* en categorías o tipologías, para poder caracterizar la demanda de turismo cultural (*conocimiento acerca de sus motivaciones, comportamientos, expectativas o niveles de satisfacción*), para que el *Comité de Desarrollo Turístico (CDT) de Nahuizalco* pueda prevenir riesgos y aprovechar simbiosis turística.

Para el análisis de la Demanda Turística Cultural de Nahuizalco, es preciso hacer una descripción de los turistas y su comportamiento en el mercado meta turístico cultural de este municipio (*Demanda Real*) y de la *Ruta de Las Flores* a la que pertenece (*Demanda Potencial*); es importante recalcar y destacar que las características de tipos de viaje que realizan los turistas en estos destinos son de *naturaleza y cultura*, ya que son los recursos básicos por excelencia de atracción turística; es decir, los turistas encuentran en esta ruta considerada de interés nacional, aquello que buscan; principalmente porque los aspectos mejor valorados han sido la naturaleza, culturas ancestrales, la posibilidad de relacionarse y convivir la cultura con la población local y conocer sus formas de vida, como la posibilidad de realizar compras en sus mercados turísticos.

Para disponer de una idea y poder determinar el perfil del turista cultural de Nahuizalco, la *Tabla 39* presenta una aproximación *ad hoc*¹¹⁷ de la segmentación de la demanda turística cultural de este municipio, como información primaria resultante del trabajo de campo realizadas por los consultores a través de encuestas turísticas. Esta exploración de tipologías del turista cultural, revelan una aproximación al conocimiento del perfil de sus visitantes, atendiendo razones del viaje (*sus motivaciones*¹¹⁸), nivel de expectativas y/o experiencias.

¹¹⁶ El estudio de la demanda turística cultural, surge de numerosas proyectos conceptuales y empíricos que han tratado de segmentarla, evidenciando las dificultades para su caracterización; confirmándose que no existe “*un perfil*” del turista cultural, sino que existen tantos perfiles como motivaciones y experiencias avalen la toma de decisiones del viajero. Como se aprecia, el análisis de la demanda de turismo cultural donde se expliquen el actual comportamiento y las tendencias de su evolución futura, es una tarea de profunda complejidad (*escasez de información y/o irrelevante interés estructural*).

¹¹⁷ Expresión latina que significa: *apropiado o adecuado para un determinado fin*. Se habla de un argumento *ad hoc* cuando se aplica única y exclusivamente al caso que pretende explicar dicho argumento.

¹¹⁸ La motivación del turismo cultural es multidimensional, la que debe generar fuentes globales de conocimiento de la demanda.

Tabla 39. Segmentación de la tipología de la demanda turística cultural de Nahuizalco¹¹⁹

Segmentación de la demanda del turismo cultural de Nahuizalco: Perfiles y tipologías en razón de su motivación de viaje y otras experiencias		
Criterios sociodemográficos (% de la Demanda Turística)	Turistas nacionales (96%) Turistas extranjeros (4%) Residentes locales (42% Ruta de Las Flores)	Excursionistas de un día (46%) Grupos educativos (12%) <i>Harrison (1994)¹²⁰</i>
Atractivo turístico cultural	Nacional, local y personal. El 96% de la demanda turística es nacional, generando progresivamente sentimientos más fuertes y profundos de conectividad personal, por las atracciones nacionales, locales y personales. Nahuizalco es considerado una de las cunas indígenas de cultura <i>Náhuat-Pipil</i> más antiguas de El Salvador; ya que al igual que numerosos municipios turísticos, la cultura es un motor potente de esta tipología de turismo. <i>Timothy (1998)</i>	
Motivo de visita a Nahuizalco	Turista cultural genérico. Visita diferentes lugares geográficos a lo largo del país, aumenta su conocimiento sobre distintas culturas, llegando a convertirse en turista específico de la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> . Turista cultural específico <i>Náhuat-Pipil</i> Repite sus visitas a Nahuizalco en busca de una comprensión cultural más profunda. (66% de la demanda turística): <i>European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) Stebbins (1996), España.</i>	
Experiencias turista cultural	Jóvenes en busca de cultura y aventura (65% de la demanda Turística) Familias participan en la vida cultural. (54% demanda Turística) <i>Unión Europea (1993)</i> Apasionados culturales. (81% de la Demanda Turística) No se conforman con conocer la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> , sino que buscan comprender, su cultura y sus prácticas, lo que les lleva a repetir y a realizar estancias más largas. En expectativas, el 86% de la demanda turística están dispuestos a explorar a profundidad el turismo cultural. <i>Chías (2001)</i> Histórico-nostálgico por la cultura: Interés romántico por lo antiguo. No necesita ningún tipo de explicación o comunicación para salir satisfecho. Nahuizalco cuenta con un museo que oferta su historia patrimonial, sobre los estragos del Levantamiento Campesino en 1932. <i>Rodríguez (2001)</i>	
Concepto de cultura y del núcleo de interés del visitante	Turista cultural verdadero Los turistas de “sitio cultural”, amantes de la plaza central, mercadito nocturno y la iglesia colonial; y los de “acontecimiento cultural”, fiestas patronales, cofradías, ferias y fiestas artesanales. <i>Nyaupane y Andereck (2007)</i> Turista motivado culturalmente: (41% de la Demanda Turística) Están motivados por la oportunidad de aprendizaje cultural, o bien la ocasión de asistir a un evento cultural significativo. Se desplazan por festivales o la propia oferta cultural. Turista inspirado culturalmente: (19% de la Demanda Turística) Núcleo de personas que asisten a centros culturales o patrimonio histórico sin la intención de repetir una segunda vez. Viajaron atraídos por la cultura, pero también tienen otras motivaciones complementarias como el clima y la gastronomía. Turista atraído culturalmente: (18% de la Demanda Turística) Interrumpe sus vacaciones de “sol y playa” o de “montaña” para asistir a un evento cultural. <i>Economist Intelligence Unit (1993)</i>	
Las tres E del turismo cultural	Experiencial, Experimental y Existencial. Estas categorías buscan la relajación o distracción sin más, sumergiéndose en la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> y su comunidad, encontrando experiencias vitales auténticas. <i>Sharpley (1994)</i>	

Fuente: Elaboración propia. *Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.48-59.

Nota: Los porcentajes revelados en la tabla anterior, corresponden a los resultados obtenidos y analizados según las encuestas turísticas realizadas propias de este estudio (*Ver anexo 12*).

¹¹⁹ Estas tipologías identifican generalidades, y se conciben solo para describir prácticas turísticas y no personas, cada segmento debe ser objeto de un tratamiento diferenciado, tanto en su análisis, como la satisfacción de sus expectativas y necesidades. La distinción entre segmentos no es siempre clara y, en ocasiones, los turistas de un segmento pueden pertenecer otra.

¹²⁰ Este cuadro enuncia al final de cada perfil o tipología de la demanda turística, el autor o los autores de cada criterio de segmentación, junto con el año de edición correspondiente.

La tabla anterior permite una aproximación de la segmentación de la demanda turística de Nahuizalco, informe que será de interés para la propuesta de esta consultoría sobre el estudio, determinación y análisis del *perfil del turista cultural real y potencial* de este municipio (*demanda turística*). Para ello este diagnóstico realiza una investigación, en la que se utiliza metodológicamente como macrovariable *una exploración de contexto* de su Sistema Turístico Cultural; y como microvariable e indicador principal: *el conocimiento del perfil turístico Náhuat-Pipil* y sus *motivaciones-expectativas* culturales.

La demanda turística de este cultural municipio, es un componente esencial cuyo estudio pretende utilizar las visiones y enfoques de cada uno de los visitantes encuestados con respecto al turismo cultural y su Sistema; en paralelo con los turistas que visitan *La Ruta de Las Flores*; con lo que se pretende lograr un panorama más claro del perfil del turista de acuerdo con los criterios obtenidos. Para ello se realizan los siguientes estudios de investigación y diagnóstico:

- **Estudio de la demanda turística de Nahuizalco (*Demanda Real*):** La población y unidad de análisis está conformada por los turistas (*Visitantes o excursionistas*)¹²¹ nacionales e internacionales, que visitan el casco urbano consumidores del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, determinado una muestra de 384. El **Anexo 12**, detalla la metodología, instrumentos y resultados de este estudio.
- **Estudio de la demanda turística Ruta de Las Flores (*Demanda Potencial*):** La población y unidad de análisis son los turistas (*Visitantes o excursionistas*) nacionales e internacionales, que visitan la Ruta de Las Flores (*Nahuizalco se excluye, por tener su propia población de estudio*). Se determinó una muestra de 384¹²². El **anexo 13** comenta la metodología, instrumentos y resultados de este estudio.

Este diagnóstico concluye: que a pesar de disponer de una segmentación de la demanda turística cultural, se cuenta con un conocimiento incompleto e insuficiente del *perfil del turista cultural de Nahuizalco (real y potencial)*, quien condiciona claramente el tipo de oferta a comercializar, el volumen de negocio y un determinando tipo de mercado concreto. Por lo que se se convierte en uno de los grandes retos de las autoridades turísticas del municipio. Esta consultoría en su propuesta, *prescribirá* un perfil de turista cultural (*real y potencial*) que facilite al Comité de Desarrollo Turístico un profundo conocimiento sobre la demanda turística, la que se debe analizar y comprender continuamente, de manera que se puedan prevenir riesgos y aprovechar sinergias.

¹²¹ Se diferencia “turistas” (*se quedan al menos una noche en destino*) de “excursionistas” (*visitantes de un día*).

¹²² El estudio se realizó en su mayor parte en la celebración “*Día de la Zona de la Ruta de Las Flores de El Salvador*”, el primer domingo del mes de octubre de 2016 y culminando en diciembre del mismo año.

3.4.5 Competitividad turística cultural de Nahuizalco

Ante los desafíos globales de la industria del turismo, los destinos deben buscar *estrategias de diferenciación* para ser reconocidos y apreciados por sus visitantes; en el turismo cultural, *la identidad de los pueblos* es una variable estratégica en la construcción de *ventajas competitivas sostenibles*. Nahuizalco se consagra en el país como: uno de los cinco principales destinos artesanales (*Artesanías de mimbre y tule, que se traducen en canastas, cestas, sombreros y petates, entre otros*)¹²³, uno de los siete pueblos de origen indígena, una comunidad *Náhuat-Pipil* cuyo destino turístico se fundamenta en razón de su cultura (*artesanías, gastronomía, paisaje cultural, costumbres, tradiciones, otros*).

La actividad económica de este histórico municipio descansa mayormente en *el turismo*, como una alternativa de desarrollo para sus habitantes, no sólo por su crecimiento económico (*inversiones, empleo, desarrollo*), sino por la preservación de su cultura *Náhuat-Pipil* al ser el elemento por sí sola del desplazamiento con fines turísticos, donde se enriquece el conocimiento y desarrollo humano de los pueblos participantes, a partir de la diversidad de pensamientos, rasgos culturales y diferencias geográficas (*a pesar de ser un pequeño país*).

Los cambios y la intensificación de la competencia que caracteriza a los mercados turísticos de hoy (*Ruta de Las Flores, Circuitos turísticos, programa Pueblos Vivos, Ruta Náhuat Pipil, renovación de ofertas turísticas, otros*) están obligando a Nahuizalco como otros destinos, a realizar esfuerzos para incrementar competitividad¹²⁴ y poder enfrentarse con mayores posibilidades de éxito ante ofertas de sus destinos competidores, ya que la competitividad de un destino está condicionada particularmente en la mejora turística.

Este diagnóstico apunta: que en tema de competitividad turística, las autoridades del municipio de Nahuizalco como destino, no cuentan con una visión del *poder competitivo* cultural que revele *ventajas comparativas y competitivas*, en función de la descripción de sus distintos componentes o factores y explicados a través de un modelo, que orienten estrategias para competir el turismo cultural con éxito, a nivel regional y nacional.

¹²³ A Nahuizalco le acompañan los siguientes destinos: Ilobasco-Cabañas (*Muñecos de Barro*), Arte NAIF de la Palma-Chalatenango (*Artesanía en madera*), San Sebastián-San Vicente (*Confección de textiles*) y Comasagua-La Libertad (*Encanto de Flores Artesanales*). Apud. El Diario de Hoy. *Turismo. 5 Destinos Artesanales*. Viernes, 2 Junio 2017, p.84-85.

¹²⁴ La competitividad de un destino está determinada por una serie de factores (*tangibles e intangibles*) de distinta naturaleza, que en conjunto inciden fuertemente en la capacidad competitiva del lugar. Su definición presenta variadas interpretaciones.

3.4.6 Marca Municipio *Náhuat-Pipil*

El Centro Nacional de Registros (CNR) a través del Registro de la Propiedad Intelectual: *Marcas Municipio*, en el desarrollo del marco de proyecto *Propiedad intelectual y desarrollo municipal*: entregó al municipio sonsonateco de Nahuizalco su propia marca: “*Nahuizalco, tradiciones y cultura que te encantarán*”, con vigencia por diez años y es renovable por igual período. Es la primera marca municipio en el país, un instrumento que se constituye en una herramienta diferenciadora con propuesta de valor para la promoción turística, que le permitirá posicionarse en el mercado turístico nacional e internacional¹²⁵.

Nahuizalco forma parte de *La Ruta de Las Flores*, un circuito turístico que anualmente es visitada por un millón de personas, según estadística de la Unidad de Inteligencia Sectorial del Ministerio de Turismo (MITUR). Esta ruta es considerada como el segundo corredor turístico más importante del país, después de *Sol y Playa*. Este municipio sonsonateco, es un pueblo de origen ancestral *Náhuat-Pipil*, que se caracteriza porque parte de su población se dedica a elaborar muebles y artesanías naturales, entre otros productos de tule y mimbre; además porque tiene una de las mejores plazas a nivel nacional y un mercado nocturno.

Nahuizalco con su marca municipio pretende fortalecer el desarrollo económico local, mediante el uso estratégico del sistema de propiedad intelectual; impulsando el turismo con sus productos locales, gastronomía, arte y demás recursos turísticos que le dan distinción, a *su cultura y sus tradiciones*. Las autoridades turísticas del Municipio en coordinación de trabajo con USAID, desarrollaron un proyecto de competitividad municipal, entre las que se encuentran el diseño de circuitos turísticos con una oferta turística ordenada y consolidada que vincula recursos naturales como culturales en la gama artesanal como de otros productos y servicios, para que los turistas al visitar el destino conozcan y disfruten de una forma organizada la riqueza natural y cultural del municipio.

Dentro de su estrategia promocional turística, Nahuizalco ha desarrollado la iniciativa de una MARCA MUNICIPIO, la que está inscrita en el Registro de Propiedad Intelectual en el Centro Nacional de Registro, juntamente con un diseño y un *Slogan* que simboliza la principal atracción turística de municipio: “*Tradiciones y Cultura que te encantarán*”

¹²⁵ El Diario de Hoy. Comunidades. *Nahuizalco tiene su propia marca*. Lunes, 11 de julio 2016, p.50.

a) **Diseño y significado del signo distintivo turístico de Nahuizalco**

Nahuizalco es un rincón turístico, con un patrimonio natural y cultural que imponen su belleza y que acoge una arquitectura colonial, tierra de laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbre, tradiciones y cultura, con una hospitalidad que manifiestan los lugareños a sus visitantes; que lo convierten en un auténtico corazón turístico. Precisamente este es el fundamento del pensamiento de las autoridades turísticas del municipio en el diseño y formación de su distintivo turístico. UN CORAZON TURÍSTICO, donde el *Espíritu de hospitalidad*, es el factor más importante de su Sistema Turístico. Los pobladores de Nahuizalco son laboriosos artesanos, fieles a sus costumbres religiosas, donde su principal virtud es la atención cálida (*simpática, amigable y servicial*) con la que se recibe a sus visitantes.

El diseño de un Corazón Turístico como distintivo que acompaña la Marca Producto y Servicio, está formado por *cuatro* íconos en forma de caracol por asociarse con las artesanías que se elaboran en el municipio y la textura de ellas es la de un petate, un producto artesanal representativo de Nahuizalco que se manufactura con fibras naturales (*considerado un arte popular*). A continuación, se describen los íconos que forman el corazón turístico de Nahuizalco como distintivo que acompaña a la marca municipio:

El **ícono violeta** representa las **tradiciones y cultura** propias del municipio.

El **ícono naranja** representa **la calidez de los/as nahuizalqueños/as**, su espíritu de hospitalidad y laboriosidad.

Los **íconos azul y verde** representan los **recursos naturales del municipio**, en la cual se impone la naturaleza.




Estos íconos unidos en conjunto forman un corazón que representa **la bondad y amabilidad** de las personas que le recibirán en este bello municipio, su espíritu de hospitalidad.

El distintivo turístico de la marca municipio se refuerza con el slogan: **Tradiciones y cultura que te encantarán**, seis palabras que describen su diferenciación, el atractivo, su patrimonio turístico; que asocian una serie de atributos singulares y exclusivos por los que se podrá identificar, reconocer y diferenciar a Nahuizalco.

b) Certificación de marca de Productos y servicios NAHUIZALCO

La Alcaldía Municipal de Nahuizalco en representación de este municipio turístico, solicitó ante el CNR la inscripción y registro de su **MARCA DE PRODUCTO Y SERVICIO** consistente en las palabras *Nahuizalco tradiciones y cultura que te encantarán* y diseño, que servirán para amparar productos y servicios según clases registradas; en cumplimiento de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos (*Ver anexo 14*). La Tabla 40 sintetiza la certificación de marca:

Tabla 40. Generalidades de la certificación literal de Marca Municipio de Nahuizalco

MARCA MUNICIPIO DE NAHUIZALCO INSCRITO EN EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE MARCAS CENTRO NACIONAL DE REGISTROS (CNR) SAN SALVADOR, ONCE DE MARZO DE DOS MIL DIECISEIS			
No. 37	FOLIOS: 75-78	LIBRO No. 277	
Fecha	Recepción	11 de diciembre de 2014	Presentación: 20140210949 No. Expediente: 2014140373
	Inscripción	11 de marzo de 2016	
	Vencimiento	11 de marzo de 2026	
Titular: Alcaldía Municipal de Nahuizalco Nacionalidad: SALVADORENA, Domicilio: Nahuizalco, Departamento de Sonsonate. El Salvador, C.A.			
Distintivo	NAHUIZALCO		Tipo: Marca Municipio
Marca	Productos y servicios		
Clases (33)	Productos (22 Clases)		Servicios (11 servicios)
	Clase 3: Sustancias para lavar la ropa... Clase 5: Farmacéuticas y veterinarias... Clase 13: Fuegos Artificiales... Clase 14: Metales preciosos y sus aleaciones... Clase 15: Instrumentos musicales... Clase 16: Papel, cartón y artículos similares... Clase 18: Cuero y cuero de imitación... Clase 20: Muebles y productos de madera... Clase 21: Utensilios de uso doméstico y culinario... Clase 22: Materia textiles fibrosas... Clase 23: Hilos para uso textil... Clase 24: Tejidos y productos textiles... Clase 25: Prendas de vestir, calzado... Clase 26: Encajes y bordados, entre otros... Clase 27: Alfombras y revestimientos de suelos... Clase 28: Juegos y juguetes... Clase 29: Frutas y verduras, hortalizas, entre otros... Clase 30: Sucedáneos del café, cacao, té y otros... Clase 31: Granos y productos agrícolas... Clase 32: Cerveza; aguas minerales y gaseosas... Clase 33: Bebidas alcohólicas (<i>excepto cerveza</i>)... Clase 34: Tabaco, artículos para fumadores...		Clase 35: Publicidad, gestión de negocios... Clase 36: Seguros; operaciones financieras... Clase 37: Servicios de construcción... Clase 38: Telecomunicaciones... Clase 39: Transporte; embalaje... Clase 40: Tratamiento de materiales... Clase 41: Educación; formación... Clase 42: Servicios científicos y tecnológicos... Clase 43: Servicios de restauración (alimentación). Clase 44: Servicios médicos... Clase 45: Servicios jurídicos, seguridad...

Fuente: Elaboración propia, Apud de Certificación de marca por el Centro Nacional de Registro (CNR)

3.4.7 Determinantes de la Oferta Turística Cultural de Nahuizalco

El turismo es un fenómeno que se construye sobre las *determinantes de una oferta* de la que forma parte *la cultura* entre otros bienes (*Destino, Recursos, Productos, Mercado, Actores y el uso de su patrimonio tangible e intangible*), por lo que, no está sometido exclusivamente a una lógica del mercado.¹²⁶ Por otra parte, el perfil del turista cultural condiciona claramente el tipo de oferta a comercializar en un destino turístico y, con ello, el volumen de negocio que se puede generar, determinando un tipo de mercado concreto.

La oferta turística cultural de Nahuizalco está constituida por el conjunto de recursos y servicios capaces de motivar a sus visitantes al iniciar una experiencia turística. Sus determinantes descansan en su núcleo turístico urbano, específicamente en el casco histórico del municipio, rodeado de bienes muebles e inmuebles con un conjunto amplio de iniciativas culturales singulares de origen *Náhuat-Pipil*. Su cultura (*tradiciones y costumbres*), es un elemento de distintiva importancia para garantizar la competitividad turística; y no un componente complementario más de su oferta.

Este diagnóstico contempla que las autoridades turísticas de Nahuizalco, no cuentan con una política de turismo cultural sobre la que se construya la oferta, y fundamenten el origen de sus determinantes; elementos significativos para esta consultoría, entre las que se mencionan:

- El papel de la cultura *Náhuat-Pipil* en la conformación y consolidación e incluso reconversión de Nahuizalco como *destino turístico*.
- *Los recursos* del Turismo Cultural de Nahuizalco, así como los diferentes tipos de infraestructuras, recursos patrimoniales y eventos culturales de susceptible valor turístico.
- El ámbito del *producto turístico* de Nahuizalco, incidiendo especialmente en las claves del proceso productivo. Además, de sus características básicas, análisis de las principales categorías de productos turísticos culturales.
- Delimitación y estudio de la organización del mercado turístico cultural, exponer las principales tipologías y analizar los cambios importantes en su operatividad.
- Los *actores* del turismo cultural, se fundamenta en el marco conceptual del *Ecosistema Turístico*, identificando y conceptualizando, así como sus relaciones, sinergias y divergencias. Este conocimiento que condiciona las características de la oferta turística.

¹²⁶ Una cultura *Náhuat-Pipil "turistificada"*: donde se considera una mercancía que ha de ser ofertada y consumida con las mismas pautas que cualquier otro producto. Para ello es necesario que el *producto cultural* pueda ser consumido por un número elevado de turistas.

Sobre esta última determinante de la oferta turística: *Los actores del turismo cultural*¹²⁷, este diagnóstico orienta especial estudio sobre su conocimiento y sus relaciones en el desarrollo turístico, un elemento básico para la gestión del turismo del municipio, y de importancia trascendental como determinante en las estrategias de la oferta turística. El reto es identificar y comprender preocupaciones e intereses, expectativas, sugerencias, participación y estrategias de gestión; que cada uno de los actores claves tienen en relación con la práctica turística. Por consiguiente, como actividad de diagnóstico se realizaron las siguientes entrevistas:

- **Entrevista participativa al Comité de Desarrollo Turístico (CDT):** conformada por miembros del sector público y privado, responsable *logístico*: de diseñar e implantar: acciones, políticas, directrices y programas para la práctica turística. El *Anexo 15* expone este instrumento y el análisis de sus resultados.
- **Entrevista estructurada al Comité de Competitividad Municipal (CCM):** integrada por miembros de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco y sector privado, son responsables de la coordinación y gestión de las líneas estratégicas de competitividad del municipio. El *Anexo 16* presenta esta herramienta y el análisis de los resultados.
- **Entrevista estructurada a Unidades Productivas Ofertantes (UPO):** comprende a los micros y pequeños empresarios privados que atienden a turistas. El *Anexo 17* muestra esta herramienta y el análisis de los resultados recolectados.

Cuando el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, incorpora en su oferta bienes culturales que difieren de la motivación de sus visitantes, las posibilidades de insatisfacción turística son mayores.¹²⁸ Este es el desafío de la oferta turística: determinar qué segmentos deben ser aislados dentro del conjunto del mercado y cuales dirigir productos o servicios turísticos. Ante este reto que presentan las autoridades turísticas de Nahuizalco, será un propósito fundamental en la propuesta de esta consultoría, establecer una política turística cultural sobre la que se construya la oferta, y se fundamenten el origen de sus determinantes.

Este diagnóstico determina: Las autoridades turísticas de Nahuizalco, no cuentan con estrategias que identifiquen las determinantes de una oferta de turismo cultural, solamente refieren con un inventario de recursos generales que no permiten el potencial aprovechamiento turístico cultural. *Esta consultoría diseñará en su propuesta, una estrategia que establezca las determinantes de su oferta turística cultural.*

¹²⁷ Atendiendo la naturaleza del turismo cultural de Nahuizalco, se identifican y delimitan a los actores turísticos claves en tres agrupaciones; organizados y representados por diversos sectores de unidades productivas. El *Anexo 11*, los califica como Organizaciones de Planeación, desarrollo y Promoción Turística.

¹²⁸ La segmentación de mercados, parte de la idea de consumidores diferentes y por ende demandas distintas.

3.4.8 Políticas Públicas (*Gobernanza*) del turismo cultural

El turismo cultural se percibe desde perspectivas muy diferentes, los agentes turísticos no tienen los mismos puntos de vista y es distinta la posición de los actores públicos y privados. Sin embargo, el turismo cultural se percibe *como un todo* por el turista, por lo que resulta necesario que alguien asuma la labor de *coordinación y gestión* de las interdependencias entre *turismo y cultura*. La política turística¹²⁹ tiene como objetivo básico promover un correcto desarrollo de la actividad turística, disminuyendo impactos negativos e impulsando los positivos.

La tarea de *coordinación y gestión* de los diferentes actores en Nahuizalco en su funcionamiento y organización, es competencia única de los siguientes órganos:

- **Estratégico:** Comité de Competitividad Municipal (*CCM*), conformada principalmente por miembros de la Alcaldía Municipal y sector privado, se rigen por su reglamentación interna y responsables de la *coordinación y gestión* de las líneas estratégicas.
- **Logístico:** Comité de Desarrollo Turístico (*CDT*), conformada por miembros del sector público y privado, son los responsables de diseñar e implantar: acciones, políticas, directrices y programas para la práctica y promoción turística del municipio.

Estos gestores toman conciencia, que la práctica turística cultural de Nahuizalco se define básicamente a partir de la demanda, sin embargo se construye sobre una oferta de la que forman una parte esencial los bienes públicos (*la cultura, la iglesia, la plaza, el museo,...*) y por tanto, su gestión no está sometido a la lógica del mercado, también la experiencia de estos comités manifiestan; la generación y existencia de diversos conflictos de interés (*público y privado*), a los que se enfrentan al tomar decisiones colectivas.

Esta realidad advierte la evidencia en la necesidad de una nueva y mejor forma de gestionar *lo público*, a lo que esta consultoría denomina *Gobernanza*: una fórmula de *gestión*, basada en una adecuada integración, colaboración e interdependencia; cuyo trabajo en conjunto permita: *cumplir objetivos y mejorar rendimientos* en su *ventaja competitiva*; agrupando conocimiento, experiencia, pero lo más importante: *enfrentar retos y conflictos* mediante una estrategia fundamental: *las políticas públicas turísticas culturales*. El **anexo 18** detalla las autoridades y programas más importantes que gestionan el turismo a nivel nacional.

¹²⁹ **Política turística:** conjunto de acciones que impulsan los gobiernos en ámbito de su competencia con la intención de mejorar el turismo en un destino determinado. Se trata de un conjunto de decisiones y actuaciones con vocación integral cuyo objetivo general sea enfrentar los retos de los *destinos, los actores y los productos*. (Pulido Fernández, *et al.* 2013.p.261).

El turismo cultural es un fenómeno que ha crecido intensamente en las últimas décadas, de manera simultánea se ha intensificado la acción de los gobiernos (*comités y actores*), diseñando e implantado algún tipo de *política turística*. Esta consultoría investigó sobre la existencia de políticas turísticas del municipio Nahuizalco mediante la siguiente fuente:

Se consultó mediante entrevista estructurada a miembros del CCM de Nahuizalco, sobre la existencia de políticas turísticas; estrategias, planes y acciones dirigidos al turismo cultural. Este es el análisis de los resultados obtenidos:

El 67% de los entrevistados, manifiestan que no hay políticas dirigidas al turismo cultural, un 33% de sus miembros mencionan que hay directrices y líneas estratégicas orientadas de manera general para la práctica turística de Nahuizalco¹³⁰.

No es usual encontrar políticas específicas para el turismo cultural, pero si es más habitual dentro de políticas turísticas generales, líneas específicas de acción, objetivos, programas o acciones dirigidas al turismo cultural. El CCM de Nahuizalco coordina y gestiona dentro de sus seis líneas estratégicas la: (LE:2), denominada “*Fortalecimiento de la Actividad Turística*”, perfil en la que descansan a nivel estratégico las directrices, planes y acciones del Sistema turístico de Nahuizalco. La política turística de Nahuizalco es general y no atiende las políticas específicas y requeridas del turismo cultural Náhuat-Pipil¹³¹. Se argumenta esta limitante, mediante la siguiente reflexión:

Si esta consultoría definiera el turismo como: el mero contacto con una sociedad distinta a la habitual; todo el turismo es cultural y, en consecuencia, toda política turística sería, en realidad, una política de turismo cultural. Sin embargo se requiere definir más restrictiva el turismo cultural como: el conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a los turistas disfrutar de manifestaciones culturales, artísticas y patrimoniales Náhuat-Pipil en un entorno distinto al habitual. En tal sentido como propuesta potencial, deben existir políticas, estrategias y acciones específicamente diseñadas para este fin.

Este diagnóstico comenta de forma breve la investigación realizada al contenido (*políticas, programas, acciones y planes*) de la Línea Estratégica de Nahuizalco (LE:2) denominada “*Fortalecimiento de la Actividad Turística*”.

¹³⁰ Estos resultados pueden ser consultados en el **Anexo 16** (*Análisis de resultados sobre entrevista estructura a miembros del Comité de Competitividad Municipal (CCM) de Nahuizalco*).

¹³¹ La singularidad de las políticas dirigidas al turismo cultural podría tener su origen en la singularidad de los bienes con los que se construye la oferta: *Destino, Recursos, Productos, Actores, las manifestaciones culturales*. Se entiende por tales los bienes de patrimonio cultural tangible e intangible, las artes escénicas, las industrias culturales o procesos creativos.

a) Programas y acciones de turismo cultural

Cada gobierno tiene un ámbito de capacidad de acción y nivel de competencia, por ende el tipo de acciones que puedan impulsarse en temas de fortalecimiento, desarrollo, consolidación o innovación del turismo cultural será diferente según las circunstancias *político-administrativas*: Nahuizalco cuenta con una línea estratégica (*LE:2*), en donde da seguimientos a: Marca ciudad, modernización del centro urbano, solicitación de rutas turísticas, desarrollo de eventos turísticos, intercambios culturales y el fomento cultural del municipio. El *anexo 19, evidencia las distintas Líneas Estratégicas, gestionadas* por el CCM de Nahuizalco. Sin embargo se carece de una política turística cultural, donde se perciban entre otros lineamientos importantes, algunos objetivos básicos que deben estar puntualmente redactados:

- *Acciones de reconocimiento y reflexión sobre la identidad indígena Náhuat-pipil.*
- *Comprender y trabajar el turismo, conjuntamente con miembros de la comunidad.*

La alcaldía de Nahuizalco, cuenta con una ordenanza municipal¹³², que reconoce y promueve; el desarrollo integral en lo *económico, social, cultural, y participación efectiva* en el ejercicio de los derechos civiles y políticos de las comunidades indígenas *Náhuatl-Pipil* (ancestrales artesanos por excelencia)

- *Conciencia del valor de los recursos culturales y de su gestión.*
- *Promoción turística (diferenciación) para generar un mayor sentido de orgullo y de pertenencia por su cultura entre la población local.*
- *Un Código de Ética (buenas prácticas) que defina derechos y responsabilidades*

La ausencia de estos puntos deriva en causantes de los conflictos más serios que existen en el turismo cultural y que normalmente no se incluyen en la política turística. Este instrumento además de contener el conjunto de acciones que mejoren el turismo; debe reflejar los lineamientos contenidos en la *Carta Internacional sobre Turismo Cultural*¹³³; su espíritu cultural, la interacción de la dinámica *turismo y cultura*, facilitar y animar la industria turística, la conservación del patrimonio contenido de sus seis principios.

¹³² Ordenanza Municipal, sobre derechos de las Comunidades Indígenas asentadas en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate. Decreto número uno. El Concejo Municipal de Nahuizalco, Departamento de Sonsonate: Escrito textual, tomado de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco, en cooperación con: el Reino de los Países Bajos, Iniciativa Social para la Democracia (ISD), Movimiento de Unificación de Indígena de Nahuizalco y ICCO Cooperación. Dado en Nahuizalco a los 24 días del mes de Octubre de 2010; el día 8 *Ozomatli* del cargador.

¹³³ Adoptada por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, por sus siglas en inglés ICOMOS (*International Council on Monuments and Sites*). La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio, 12a Asamblea General. (México 1999).

b) Bosquejo del turismo cultural dentro del Plan Nacional de Turismo

El turismo es un fenómeno global que evoluciona de forma similar en cualquier destino, no resulta extraño que las políticas turísticas de varios países presenten propuestas similares¹³⁴. En la región Centroamericana, países como Costa Rica o Guatemala; cuentan con una *Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible* como plan integral, en su interior se promueve mediante el *turismo cultural* con planes específicos, en un segmento especial¹³⁵.

En El Salvador no se dispone dentro del *Plan Nacional de Turismo*, una política específica de *turismo cultural*, sin embargo su práctica se explica de forma transversal respecto de otros tipos de turismo. Para los propósitos de este diagnóstico, se abordan brevemente la visión del Gobierno de El Salvador, en su competencia *político-administrativo*, sobre la relación *turismo-cultura* y el *turismo cultural*:

- ***Plan Quinquenal de Desarrollo (PQD 2014-2019:2015)***: La dimensión de turismo en El Salvador se construye sobre una política de estado fundamentado en el *Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019* (2015) denominado “*El Salvador: productivo, educado y seguro*”¹³⁶, se manifiesta como un fundamento estratégico en la planificación de las políticas públicas, que encaminen la superación definitiva de las causas de la exclusión social, económica, política y *cultural* que han vivido los sectores mayoritarios de la población salvadoreña, entre ellas *el turismo*.

En la dimensión *cultural*, este plan quinquenal se acompaña de su filosofía *El Buen Vivir*, la que representa un desarrollo *integral* y *plural* de país, incorporando entre otras componentes *lo cultural*; como lo manifiesta:

“La cultura, adquiere un rol central como fuerza motora para impulsar los cambios sociales, políticos y económicos, así como los valores y relaciones que predominan en la sociedad salvadoreña. Para garantizar que la población goce del buen vivir, el Gobierno y la sociedad deben reconocer que el patrimonio natural y cultural es un bien colectivo que debe respetarse, protegerse y utilizarse de manera racional para garantizar la sustentabilidad de las presentes y futuras generaciones”. (PQD 2014-2019:26):

¹³⁴ Países como Chile, España y Colombia, contemplan una política específica de *turismo cultural*, formuladas desde una visión amplia, interactiva y permanente de *turismo-cultura*.

¹³⁵ La Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala (2012). Contempla que el turismo se desenvolverá dentro del marco del respeto a la diversidad cultural y conservación del patrimonio natural. El desarrollo del turismo rural, se fundamenta en saberes y conocimientos ancestrales de Pueblos Indígenas. Ver: http://www.segeplan.gob.gt/downloads/clearinghouse/politicas_publicas/Turismo/Politica_Nacional_DTS_Guatemala_2012_2022.pdf

¹³⁶ Ver: <http://www.presidencia.gob.sv/wp-content/uploads/2015/01/Plan-Quinquenal-de-Desarrollo.pdf>

En coherencia con el fortalecimiento turístico, este plan en su papel de promotor del desarrollo socioeconómico, ejecuta el proyecto “*Pueblos Vivos*”, como una estrategia de reactivación económica que marca desarrollo turístico en más 200 municipios participantes, situando como valor turístico: *identidad, historia, cultura, tradiciones, gastronomía; equidad de género, valores y principios*. Nahuizalco junto a otros municipios similares es un *Pueblo Vivo* que participa con la categoría: *Pueblos Históricos-Culturales*

- ***Plan Nacional de Turismo 2020 El Salvador*¹³⁷(2008):** Además de gestionar el turismo como plan de estado, El Salvador cuenta con un *Plan Nacional de Turismo*. Un documento estratégico que utiliza como guía principal de actuación y de referencia para la planificación, el desarrollo y promoción del sector turístico nacional. Este instrumento cuenta con una estrategia general de turismo que invoca *el aprovechamiento de las ventajas competitivas* que el país ofrece, cumpliendo con los objetivos y directrices para alcanzar la Visión Turística. Según este plan (página 66.), la promoción del *turismo Cultural* aparece como un objetivo de desarrollo turístico identificado dentro de la directriz estratégica 7: *Promoción de productos turísticos temáticos*.
- ***Ley Nacional de Turismo (2005):*** Para la práctica turística, El Salvador cuenta con una *Ley de Turismo*¹³⁸. Un instrumento jurídico que emana y descansa el artículo 101 de la Constitución de la República que expresa: *que es obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo*. La Ley de Turismo (2005) tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, lo enuncia en uno de sus considerandos:

*Que el territorio de la República está dotado de recursos que, por su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, tienen gran potencial de desarrollo turístico, cuya utilización racional contribuirá a mejorar y diversificar la oferta turística, a la creación de nuevos lugares de trabajo y, con ello, mayores niveles de ocupación y empleo, mejorando la calidad de vida de la población*¹³⁹.

¹³⁷ Ver: <http://umoar.edu.sv/biblio/tesis/turismo/Plan%20Nacional%20de%20Turismo%202020%20El%20Salvador.pdf>

¹³⁸ Decreto Legislativo N° 899, Diario Oficial. N° 237, Tomo 369, San Salvador, El Salvador, 20 diciembre de 2005.

¹³⁹ Este fundamento exterioriza el gran potencial del turismo cultural, se materializa en artículo 15 de la Ley de Turismo (2005:5): “*Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural; y se organizará de modo tal que permita la supervivencia, enriquecimiento y el florecimiento de la producción cultural, artesanal y folklórica*”.

c) Interrogantes y desafíos para el futuro

La gobernanza es un concepto que apunta a la idea de gobierno, aunque no es el sentido de la institución, sino en el sentido de liderazgo social comunitario; que conlleva la búsqueda de estrategias de diferenciación entre los actores (*del lado de la oferta, cualquier empresa turística que impulsan negocios y del lado de la demanda, el turista que en cualquier parte es un posible destino en la que contribuye su experiencia turística*). Estas cuestiones suponen un debilitamiento de los gobiernos y de sus políticas nacionales.

Las empresas privadas turísticas o las unidades productivas ofertantes (*UPO*) denominadas en esta consultoría, son los agentes básicos del mercado turístico, sin embargo un desarrollo sostenible de la actividad turística requiere que el sector público actúe, al menos estableciendo el marco normativo y la planificación local o regional, en coordinación con los diferentes agentes interesados. La naturaleza de estos agentes en el mundo turístico se identifican en tres grandes grupos: *los agentes privados, los agentes públicos y el tercer sector*. Cada uno de estos tres ámbitos responde a lógicas diferentes.

- **Sector privado:** funciona en la lógica del *mercado*, está sometido a las reglas del derecho privado y su objetivo principal es la obtención de beneficios económicos.
- **Agentes públicos:** funcionan en la lógica de *lo social*, están sometidos al derecho público administrativo y su principal objetivo es la obtención de beneficios sociales.
- **El tercer sector:** ocupa un espacio intermedio, organizaciones sin fines de lucro.

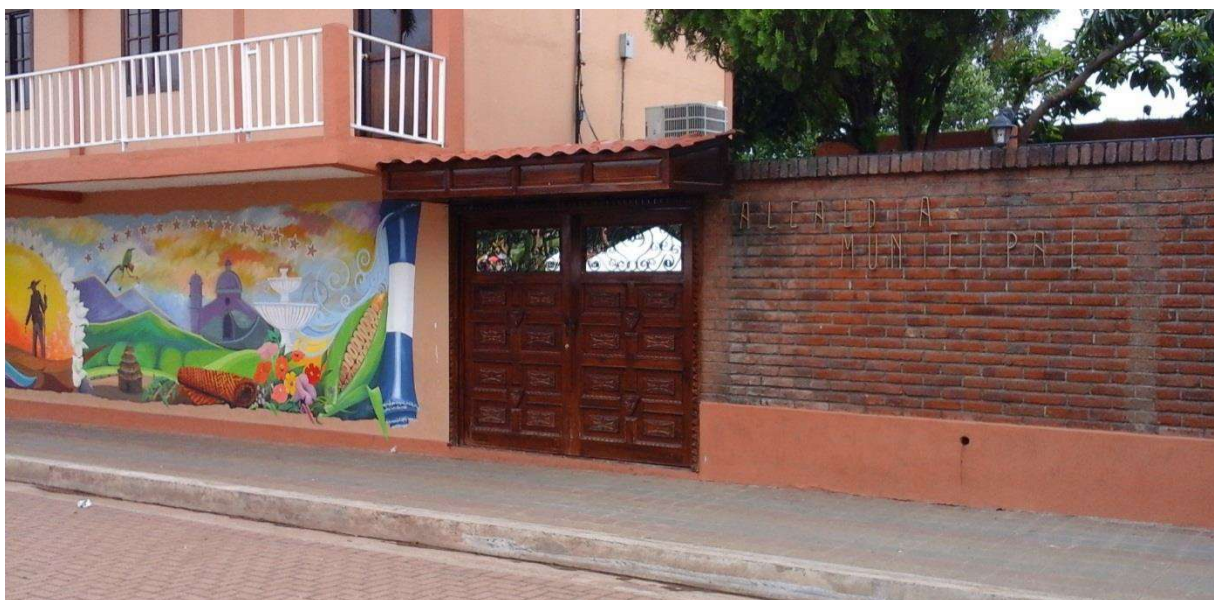
Pero esta división es cada vez más difusa; los *actores públicos* implantan acciones que afectan espacios tradicionalmente gestionados por los ciudadanos; el *sector privado*, gestiona de manera creciente servicios que pertenecen al sector público, por razones de eficacia o eficiencia. *El tercer sector* desarrolla actividades propias de ambos, indistintamente, pero desde su propia lógica. Y los ciudadanos, por su parte, reclaman una mayor participación y una mayor transparencia tanto en los actores públicos, como en los privados.

La reflexión para el buen desarrollo del Sistema Turístico de Nahuizalco, es por consiguiente la necesaria *interacción entre los actores públicos (CCM y CDT) y privados (UPO)*. Ya no se trata sólo de que estos agentes tomen e implanten decisiones, han de incorporar a los ciudadanos en los procesos (*consulta, colaboración y empoderamiento*), mediante mecanismos que permitirían diferentes grados de participación. El turismo siempre ha sido un espacio de trabajo transversal, es recurrente escuchar el axioma que esta actividad es un fenómeno *económico, social, cultural y hasta político*, que supone impactos en ámbitos muy diversos; y que engloba diferentes actividades y supone múltiples efectos en sectores relacionados. En este sentido la acción pública no escapa limitarse al turismo si quiere impulsarlo, ya que muchas otras materias condicionan su desarrollo: *transporte, planificación, salud, medio ambiente, seguridad, otros*.

Tradicionalmente la *política turística* ha sido considerada como una *política económica*, por ello el fenómeno turístico, a la hora de ser abordado por los gobiernos, se enfoca desde la perspectiva del *mercado* y, en general, se diseñan acciones con un marcado acento económico. Pero es necesario relacionar la dimensión económica del fenómeno con *lo cultural y lo social* si realmente se pretende trabajar con la idea de sostenibilidad. Desde el punto de vista político, se ha prestado muy poca atención, a la relación existente entre *el turismo y la cultura*, a pesar de que resulta evidente que un patrimonio cultural y su diversidad de atractivos culturales son la base para el desarrollo del turismo. Esta falta de atención es tanto de los responsables de *política turística hacia la cultura*, como de los responsables de *políticas culturales hacia el turismo*¹⁴⁰.

La gobernanza del turismo cultural supondría avanzar un paso más en que los gobiernos enfrenarán conflictos en esta materia turística, trabajando en tres dimensiones:

1. *La gobernanza* no afecta sólo a la institución tradicional del gobierno, sino que también implica el reconocimiento de que el poder existe dentro y fuera de la autoridad formal.
2. *Gobernanza* es un concepto que manifiesta diferentes formas de colaboración entre actores. No hay una única manera de abordar la gobernanza del turismo cultural, cada destino (*por sus características culturales, sociales, históricas o institucionales*) determinan sus procesos propios y el modelo que pueda impulsarse.
3. *La gobernanza* enfatiza el proceso. Lo importante para la gobernanza del turismo no son las instituciones, *sino los procesos* que permiten trabajar de manera más horizontal a diferentes agentes sociales.



Fotografía 10. Instalaciones de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco

Instancia clave de las estrategias, planes, programas y de nuevas formas de gobernanza que mejoren el desarrollo turístico del municipio. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: Agosto 2016.*

¹⁴⁰ Se rompe con una imagen estrecha *de cultura*, con la idea de que el campo de *la cultura* es improductivo y sólo reclama recursos. Pero los gobiernos y sus políticas han incidido más en las acciones de rehabilitación y protección que las que tratan de conectar la riqueza y diversidad del patrimonio con procesos de desarrollo.

3.4.9 Análisis de causas del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil

Una vez estudiado a plenitud el contenido de este diagnóstico interno, corresponde en este apartado; explorar los principales factores de incidencia o implicados directamente en el problema del Sistema Turístico de Nahuizalco; definido y planteado en el marco referencial de esta investigación (*Ver capítulo I*)¹⁴¹, una problemática que expone una serie de indicios como: *adormecimiento turístico, organización informal de sus actores claves, pérdida creciente de la identidad cultural, desaprovechamiento de infraestructuras y rutas turísticas, una oferta restringida y limitada, y un destino turístico cultural que aún no fortalece su riqueza histórica patrimonial*"; este estudio preliminar concluye: *desaprovechamiento del potencial del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil, en el municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.*

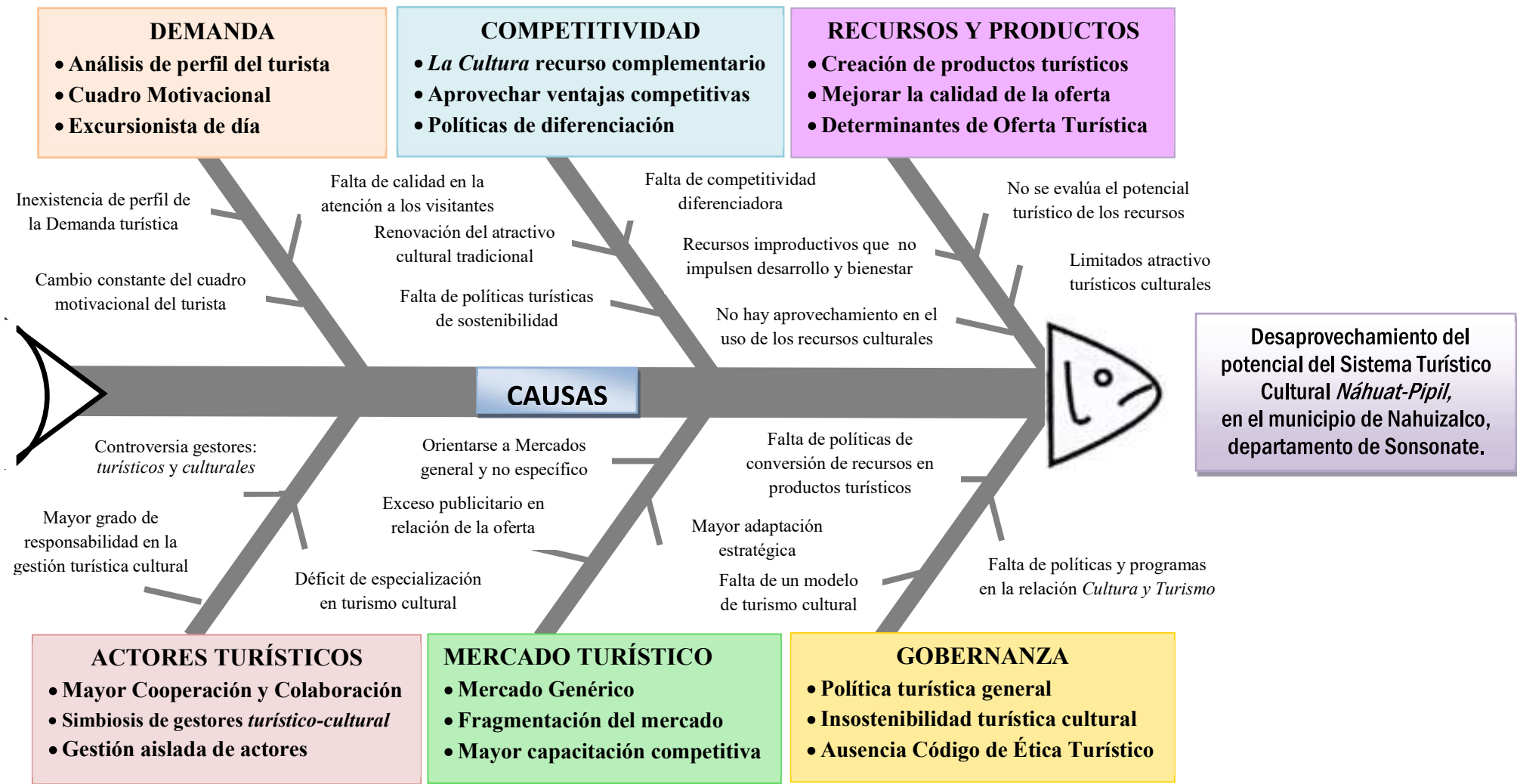
Para particularizar los factores que afectan el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, se utiliza el *modelo de la espina de pez de Ishikawa*¹⁴²; esta herramienta resume situaciones de diagnóstico, explora y analiza los principales factores (*espinas Grandes*) implicados en el problema planteado; identificando las causas posibles (*espinas medianas*) que son conectadas con la espina grande. Su formación es un mapa conceptual que se representa en un diagrama, enmarcando el problema y sus causas, mediante un proceso lineal y fundamentado en un pensamiento lógico; colocando las causas básicas de la problemática en las "*espinas*" principales del diagrama, y a su vez; en cada una de ellas las *sub-partes* que se complementan hasta agotar todas las posibilidades, logrando verificar e identificar las posibles causas que contribuyen a cada problema e identificar e implementar propuestas de solución.

Para la determinación de los principales factores (*espinas grandes*) del estudio y análisis de causas de la problemática del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco* (*Ver figura 24*), esta consultoría se enfoca fundamentalmente en elementos del *análisis interno* de este diagnóstico (*demanda, competitividad diferenciadora, gobernanza, productos, recursos, mercado y actores turísticos*), por tener control directo sobre sus causas y propuestas de solución.

¹⁴¹ El Capítulo I de esta investigación *Marco Referencial*, traza el planteamiento del problema del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, definido, formulado y esquematizado con sus posibles causas y efectos, destacando sinérgicas entre ellas.

¹⁴² *Karo Ishikawa* defiende que es importante explorar todas las cosas que podrían provocar un problema determinado, antes de empezar a pensar en una solución. Su modelo de la espina del pez, desarrollado en 1990, es una forma de analizar la causa y el efecto. Un esquema conceptual mediante diagrama: "*Espina de pescado*" "*Causa-Efecto*" o "*Ishikawa*".

Figura 24. *Análisis de causas de la problemática del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil de Nahuizalco*



Fuente: elaboración propia

3.4.10 Fortalezas y Debilidades del análisis turístico de Nahuizalco

Una vez analizado la parte interna relacionado con esta consultoría del Sistema Turístico de Nahuizalco, a continuación, se listan las *Fortalezas y Debilidades* determinadas (*Ver tabla 41*).

Tabla 41. *Fortalezas y Debilidades (Análisis interno) del STC de Nahuizalco.*

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pueblo reconocido por su cultura (<i>tradiciones, historia, idioma Náhuatl, atuendos, entre otros</i>). ✓ Espíritu de hospitalidad, laboriosidad y creatividad de los pobladores. ✓ La cultura genera autenticidad para Nahuizalco y distinción en su mercado turístico. ✓ Recursos Culturales: Tangibles (<i>Iglesia colonial</i>) e intangibles (<i>tradiciones y costumbres</i>), además de recursos naturales (<i>Paisajes, fauna y flora</i>). ✓ Artesanos calificados (<i>competencias, destrezas y conocimientos</i>) ✓ La artesanía tradicional <i>Náhuatl-Pipil</i> (<i>madera y fibras naturales</i>), como un proceso antropológico de producción fundamentalmente manual. ✓ Se encuentra dentro de una de las <i>Rutas Turísticas</i> más desarrollada en generación de ingresos, y la segunda más visitada (<i>Ruta de Las Flores</i>). ✓ La gastronomía es por excelencia una manifestación cultural, que se relaciona con las artesanías. ✓ Uno de sus recursos y atractivos turísticos principales, es el <i>Merado Nocturno</i> con gastronomía autóctona, considerado el único en el país. ✓ Cuenta con un paisaje cultural que atesora en su seno, una gama de tradiciones y manifestaciones heredadas por sus antecesores indígenas. ✓ El Sistema Turístico de Nahuizalco tiene una imagen y marca bien consolidada; centrando su atención en <i>la cultura</i> como un valor intrínseco de sus recursos y una apuesta determinante del viaje. ✓ La articulación entre <i>cultura y turismo</i> estimula la práctica turística de Nahuizalco, un papel vital en el desarrollo de sus pobladores. ✓ El cultivo de sus propias materias primas (<i>fibras naturales tales como tule, vara de bambú, carrizo, bejucos entre otros</i>) que es utilizada para la elaboración de las artesanías. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es un destino turístico cultural adormecido. ✓ Pérdida gradual y generacional de la identidad cultural <i>Náhuatl-Pipil</i> por parte de sus pobladores ✓ Los actores claves de la práctica turística, aun perciben el turismo (<i>ocio y esparcimiento</i>) y la cultura (<i>tradiciones e identidad Náhuatl-Pipil</i>), como dos aspectos separados del destino turístico. ✓ Existencia de conflictos de interés en decisiones colectivas, donde los agentes turísticos y los actores (<i>públicos y privados</i>). no tienen los mismos puntos de vista. (<i>mejor organización</i>). ✓ Desconocimiento sobre el perfil de su demanda turística cultural, estrategias que aseguren su segmentación y control de afluencia. ✓ No se cuenta con una metodología sobre la <i>evaluación del potencial turístico</i> en función de su entorno (<i>Factores internos y externos</i>). ✓ La promoción turística es apropiada y se apoya en el programa <i>Pueblos Vivos</i>; sin embargo, deber ser diferenciadora, tanto por el tipo de turista cultural como el tipo de mercado. ✓ La práctica turística se orienta al desarrollo económico, sin embargo, no integra las estrategias de apoyo sostenible al legado cultural. ✓ Cuenta con un inventario generalizado en sus recursos culturales y naturales, pero inapropiado para cubrir las preferencias y experiencias de los visitantes culturales. ✓ No existe un mercado turístico cultural objetivo, en razón <i>diferenciadora</i> de sus ventajas comparativas y competitivas. ✓ La artesanía del tule se encuentra en peligro de extinción (<i>Costo-beneficio y artesanía industrial</i>). ✓ Desorden en la circulación del bus urbano por las principales calles del casco histórico de la ciudad. ✓ No hay espacios destinados para el parqueo y servicios sanitarios, en atención de sus visitantes. ✓ No hay capacitación continua para actores claves turísticos, sobre turismo cultural.

Fuente: elaboración propia, con la participación del Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco (CDT)

3.4.11 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Una vez listado las *Fortalezas* y *Debilidades*, como resultado del análisis interno del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, el siguiente paso es evaluar mediante una *ponderación*; la *posición turística interna para este municipio*; mediante la elaboración de una *Matriz de Evaluación de Factores Claves Turísticos Internos (MEFI)*¹⁴³ (Ver tabla 42).

A continuación, se describe el procedimiento realizado:

- 1) Se determinaron 18 factores claves internas del Sistema Turístico (10 *Debilidades* y 8 *Fortalezas*).
- 2) Se asignó en cada factor la *importancia relativa con la siguiente ponderación: 0 (sin importancia) y 1.0 (muy importante)*. La sumatoria de todas las ponderaciones deberá ser de **1.0**
- 3) Se clasificaron los factores claves de **1 a 4** para indicar si dicha variable representa:

Factor	<i>Debilidades</i>		<i>Fortalezas</i>	
Nivel Importancia	Importante	Menor	Menor	Importante
Clasificación	1	2	3	4

- 4) Resultado ponderado para cada variable (multiplicando la *ponderación* por su *clasificación*).
- 5) Total de *Resultado Ponderado* (Sumando los resultados ponderados para cada variable)¹⁴⁴

Tabla 42. Matriz de Evaluación de Factores Internos Claves del STC de Nahuizalco (MEFI)

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS DEL STC DE NAHUIZALCO (MEFI)				
	<i>Factores Claves Internos Turísticos</i>	<i>Ponderación</i>	<i>Clasificación</i>	<i>Resultado Ponderado</i>
FORTALEZAS	Reconocido por su cultura <i>Náhuat-Pipil</i> (costumbres y tradiciones)	0.10	4	0.40
	Sus habitantes presentan un espíritu de hospitalidad	0.03	3	0.09
	Posee riqueza cultural histórica: <i>Tangibles e intangibles</i>	0.08	4	0.32
	Se oferta artesanía <i>Náhuat-Pipil</i> (madera y fibras naturales)	0.10	4	0.40
	Se encuentra dentro de la <i>Ruta de Las Flores</i>	0.02	3	0.06
	Su atractivo: un <i>Mercado Nocturno con gastronomía autóctona</i>	0.10	4	0.40
	El Sistema Turístico tiene una imagen y marca bien consolidada	0.03	3	0.09
	La articulación entre <i>cultura y turismo</i> estimula la práctica turística	0.02	3	0.06
DEBILIDADES	Es un destino cultural turísticamente adormecido	0.08	1	0.08
	Pérdida generacional de su identidad cultural <i>Náhuatl-Pipil</i>	0.03	1	0.03
	Se percibe el <i>turismo</i> y la <i>cultura</i> , separados del destino turístico	0.02	2	0.04
	Limitada organización y punto de vista en turismo cultural	0.03	1	0.03
	Desconocimiento de la demanda turística cultural	0.05	1	0.05
	No se cuenta con una metodología de evaluación potencial turística	0.12	1	0.12
	La promoción turística cultural no es diferenciadora	0.10	1	0.10
	El turismo no integra estrategias sostenibles al legado cultural	0.03	2	0.06
	Cuenta con un inventario turístico generalizado	0.05	1	0.05
	No hay capacitación sobre turismo cultural	0.01	2	0.02
Totales		1.00		2.40
Interpretación: El resultado ponderado de la MEFI del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco es de 2.4 , MUESTRA UNA DEBILIDAD INTERNA, cuentan con <i>Fortalezas</i> a utilizar y se debe realizar una revisión de las <i>Debilidades</i> para reducirlas.				

Fuente: elaboración propia, apoyado con los criterios del *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco*

¹⁴³ Matriz de análisis que permite a estrategias, resumir y evaluar la información interna (*Destino, recursos, productos, actores, mercado, gobernanza*) y decisiva del Sistema Turístico, determinantes para la Matriz de Perfil Competitivo y FODA.

¹⁴⁴ Independientemente del número de *Debilidades* y *Fortalezas* claves en la matriz, el total del *resultado ponderado* más alto será **4.0** (*dispone de Fortalezas por aprovechar*); y el menor posible de **1.0** (*afrenta Debilidades que se necesitan reforzar*); el ponderado promedio es **2.5**. (*Tiene Fortalezas y Debilidades*).

3.5 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO EXTERNO (*Metodología-PESTT*)

Este análisis comprende la descripción de la situación actual y tendencias, de diferentes aspectos del entorno externo, de las que no tiene control pero que inciden directamente en el desempeño del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*. Este diagnóstico aborda este estudio bajo tres marcados segmentos de potencial influencia e incertidumbre turística (*Ver figura 25*): **Entorno turístico Náhuat-Pipil** (*la inseguridad, rutas turísticas relacionadas, inversión rural, evolución de la lengua Náhuat, otros*); **Entorno Nacional** (*Indicadores económicos relacionados, regulaciones y gestiones institucionales de la industria turística, políticas turísticas gubernamentales, fortalecimiento cultural, industrias relacionadas al turismo, demografía, otros*), y por último el **Entono Mundial del turismo** (*Turismo cultural en Centroamérica y el mundo, aspectos tecnológicos, factura petrolera y el futuro de esta tipología turística cultural*).

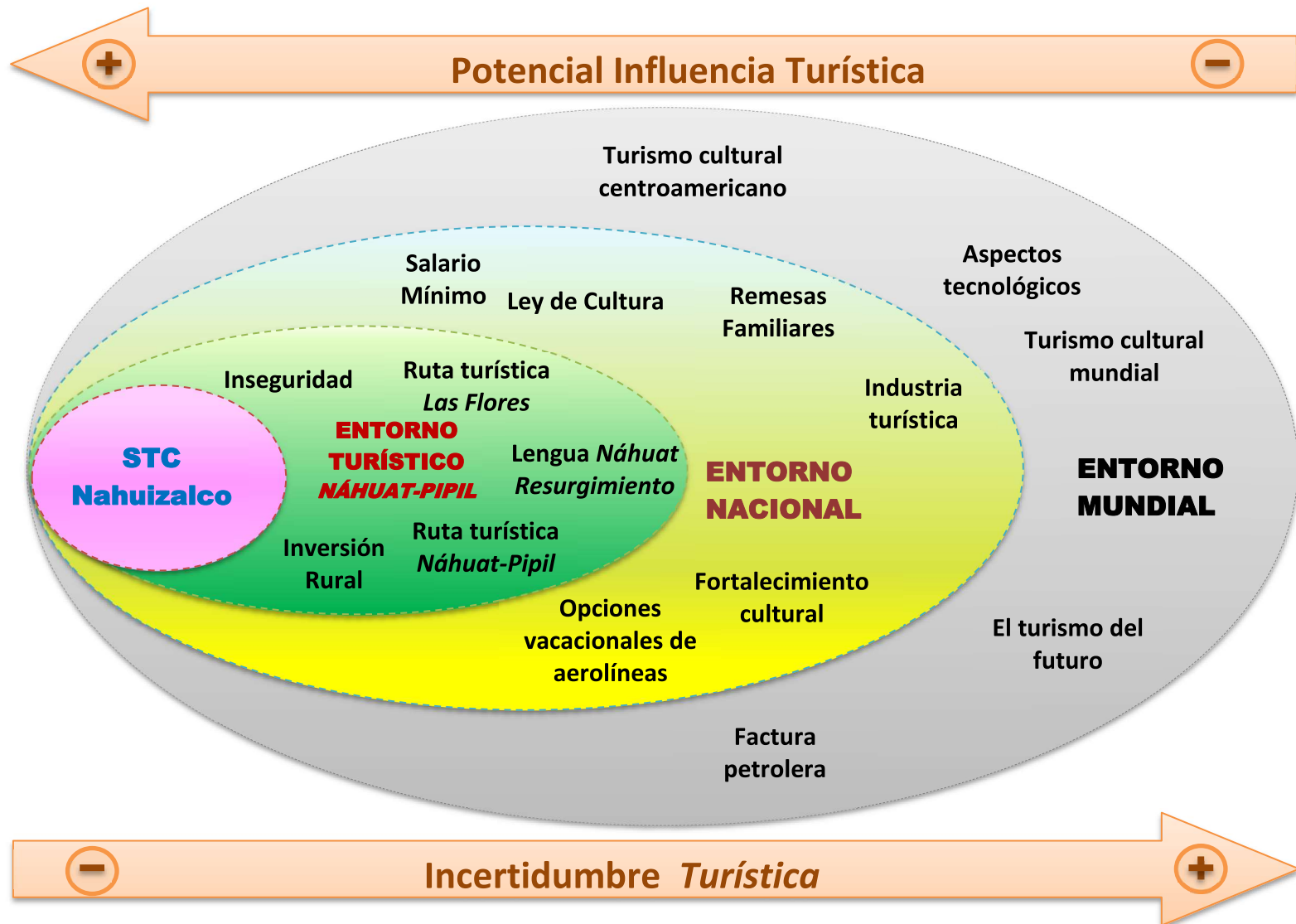
En este análisis, es importante identificar *los factores* que podrían afectar a un número importante de variables vitales en cada uno de los entornos mencionados, y que pueden influir en los niveles de oferta y demanda de la práctica turística de Nahuizalco. Para este diagnóstico se utiliza como base el análisis *PEST*¹⁴⁵; una herramienta estratégica, que permite clasificar el vasto número de posibles factores y situaciones, la interrelación que existe entre ellos; permitiendo examinar el impacto en el *Sistema Turístico de Nahuizalco*.

Por consiguiente, este diagnóstico realiza una adaptación al modelo *PEST*, al que se denomina *PESTT*¹⁴⁶, un acrónimo de importancia en el análisis sistemático del macro-entorno conjuntamente con sus factores externos: *Políticos Turísticos, Económicos, Socio-Culturales, Tecnológicos, y Tendencias futuras del turismo*. (*Ver Tabla 43*).

¹⁴⁵ En la parte del análisis del entorno del Modelo *SWOT* (1965...*término FODA traducido al inglés*) ya se mencionaban los factores *Económicos, Técnicos, Físicos, políticos y Sociales*. Dos años después, *Francis J. Aguilar*, también profesor en la *Harvard Business School*, publicó el libro, *Scanning The Business Environment*, donde examina acerca del entorno externo. Posteriormente se popularizó el acrónimo *PEST*. Luego esta herramienta fue utilizada en un marco estratégico, los teóricos *Liam Fahey* y *V. K. Narayanan*, fueron los precursores este método de análisis al publicar en 1968 un ensayo denominado “*Análisis macro-ambiental en gestión estratégica*”, que con el paso de los años se convertiría en la herramienta *PEST*; una abreviatura de factores *Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos*, que pone el foco en todos aquellos elementos que conforman el entorno. Generalmente es más útil cuando se usa con otras herramientas como el análisis *FODA* (*Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas*). Una herramienta abierta y en evolución.

¹⁴⁶ La importancia creciente del análisis del *macro-entorno*, ha hecho desarrollarse una versión actualizado del modelo *PEST*, por ello han surgido otras variantes: *PESTLE* (*Que incluye los factores ambientales y legales*); *PESTELI* (*Que agrega el factor Internacional*), *PESTLIED* (*Que agrega el factor Demográfico*) u otras que invierten las letras como *STEP, STEEP, STEEPLED*, otros. Para muchos autores estas adiciones son innecesarias, ya que se consideran que son aspectos que perfectamente encajan dentro de los cuatro factores originales.

Figura 25. Segmentos del entorno externo del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil de Nahuizalco



Fuente: elaboración propia

Tabla 43. Factores Externos PESTT del Sistema Turístico de Nahuizalco

Factor externo	Descripción de contenido
<i>Político Turístico</i>	<p>¿Qué factores políticos-Turísticos pueden afectar?</p> <p>Se estudian desde el panorama internacional y la perspectiva nacional, los factores relacionados con la regulación institucional aplicado a la industria del turismo internacional y nacional (<i>Políticas impositivas e incentivos, políticas turísticas, cambio o evoluciones político de orden turístico</i>).</p>
<i>Económico</i>	<p>¿Cuáles son los factores económicos influyentes en la industria turística?</p> <p>Las decisiones de la industria turística están relacionados por implicaciones económicas que afectan el poder de compra de los turistas. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) existen tres tipos de efectos económicos que afectan al sector turístico: Efectos globales, Efectos parciales sobre la economía y Efectos externos: El turismo es uno de los principales motores de la economía y de importante influencia en sus variables, por ello las autoridades turísticas deben estar atento a lo que sucede en su entorno a nivel internacional, regional y la importancia que ejerce la industria del turismo en la economía de El Salvador.</p>
<i>Social-Cultural</i>	<p>¿Qué factores sociales-culturales son relevantes para el turismo?</p> <p>Los factores <i>socio-culturales</i> hacen referencia a cualquier proceso o fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales de la sociedad salvadoreña, y por la naturaleza de esta investigación en; los vinculados directamente con la práctica turística. En este estudio se comenta en forma extractada, el contexto <i>cultural Náhuatl-Pipil</i> de la sociedad salvadoreña, y la participación de los distintos sectores sociales en el quehacer cultural y su vínculo con el turismo.</p>
<i>Tecnológico</i>	<p>¿Los cambios tecnológicos pueden influir en la práctica turística?</p> <p>El <i>turismo y la tecnología</i> recorren el mismo camino, el continuo y veloz desarrollo tecnológico complementa la práctica turística; con el uso de modernas herramientas y la oferta de nuevas experiencias. En un mundo intensamente comunicado e interrelacionado, la manera en que los actores utilicen estas herramientas tecnológicas en la actividad turística, marcarán la diferencia en cuanto a la forma de darse a conocer y la calidad de los servicios turísticos.</p>
<i>Tendencias futuras del turismo</i>	<p>¿Cuál es la tendencia futura del turismo?</p> <p>A pesar de la preocupación por el <i>cambio climático, pérdida creciente de la identidad cultural y demás vulnerabilidades</i>; el futuro del turismo, por lo menos para la próxima década, sigue siendo prometedor. Las proyecciones reflejan un dominio por la industria de los viajes, por lo que los ingresos y crecimiento en el empleo para la mayoría de los destinos, presentan un cuadro optimista. Este apartado expone algunas de las dimensiones más específicas de los cambios futuros, tendencia, retos y oportunidades de la industria turística.</p>
<p>Es esencial determinar con claridad, que aspectos del entorno deben evaluarse y con qué propósito; de tal manera que facilite seleccionar y examinar las variables dentro de cada uno de los factores externos.</p>	

Fuente: Elaboración propia

El *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco* es afectado por factores externos, con pocas posibilidades de influir en ellos, este diagnóstico advierte que *todo proceso estratégico se inicia, necesariamente con una labor de análisis, que debe ser lo más detallada y precisa posible*. La tabla 44 revela esta compleja tarea diagnóstica del entorno, detallando las dimensiones y variables utilizadas con la metodología *PESTT*.

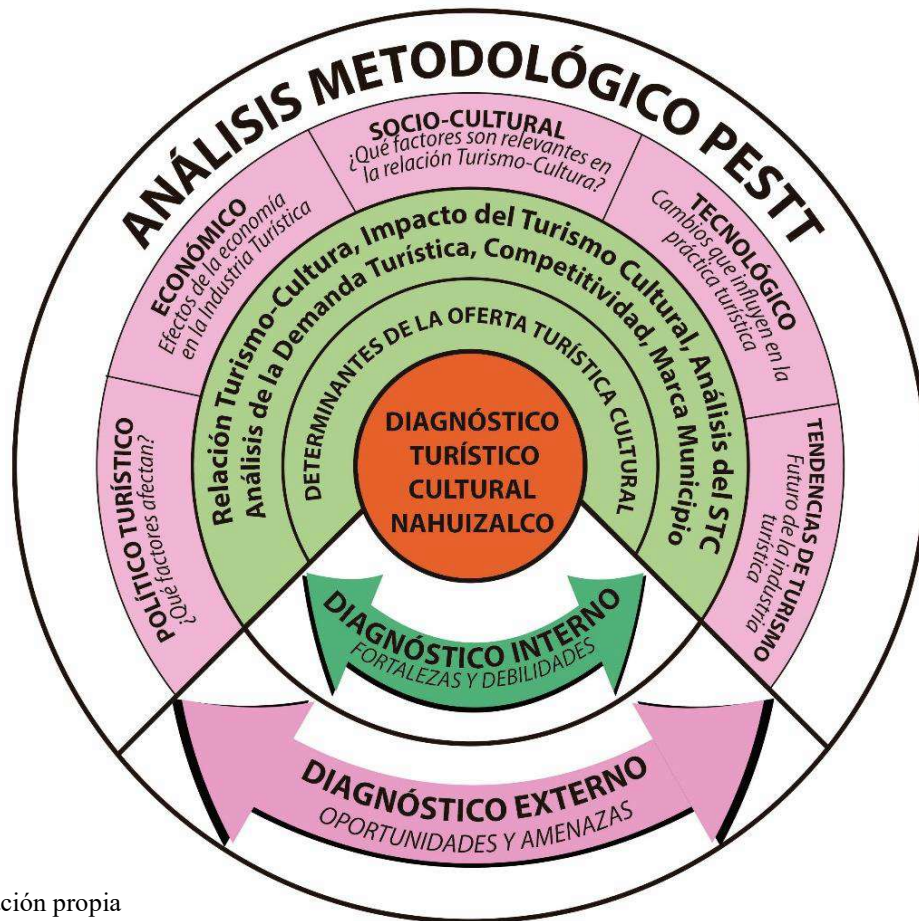
Tabla 44. Dimensiones y variables utilizadas para el análisis del entorno *PESTT*

POLÍTICO TURÍSTICO	ECONÓMICO	SOCIO-CULTURAL <i>NÁHUAT-PIPIIL</i>	TECNOLÓGICO
<p><u>PANORAMA TURÍSTICO INTERNACIONAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La demanda turística internacional • Panorama del turismo “<i>en las Américas</i>” • Competitividad turística de El Salvador • Perspectivas de la Organización Mundial de Turismo ante la relación <i>turismo y cultura</i> • Día Internacional del turismo 	<p><u>CONDICIONES INTERNACIONALES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Economía mundial debilitada • Lento crecimiento por demasiado tiempo • Deterioro contexto económico internacional • Perspectivas de la economía regional • Panorama económico y perspectivas comerciales de Centroamérica 	<p><u>CONDICIONES SOCIALES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad social y turística • Bono demográfico salvadoreño • El Turismo frente al desempleo • El Turismo, una alternativa de emplear Ninis en El Salvador • Propuestas incremento Salario Mínimo • Capacidad de compra y consumo • La generación de los <i>Millennials</i>, un concepto diferente de hacer turismo • Cambio climático y la práctica turística • Zika, amenaza para la industria turística • El turismo, un atenuante de la pobreza y mejora de la calidad de vida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución tecnologías en Turismo • Turismo Cultural 2.0 • Mercados de Turismo Cultural 2.0 • Turismo virtual ¿<i>Nuevos actores?</i> • Incorporación de innovaciones tecnológicas al mundo del turismo
<p><u>PANORAMA TURÍSTICO NACIONAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Política Nacional de Turismo Cultural • El turismo dentro del Plan Quinquenal de Desarrollo El Salvador (2014-2019). • Plan Nacional de Turismo 2020 • Ley de Turismo (2005) • Ley de Cultura (2016) • Día de la Zona de la <i>Ruta de Las Flores</i> • Autoridades y/o entidades rectoras en turismo • Programas y proyectos turísticos estratégicos • Acontecer turístico (<i>interno y regional</i>) 	<p><u>PANORAMA ECONÓMICO NACIONAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Situación de economía salvadoreña • Estudio del Sector Real de la Economía • Sector Externo de la Economía • Sector Financiero de la Economía • Sector Fiscal de la Economía • Calificación soberana 	<p><u>CONTEXTO CULTURAL <i>NÁHUAT-PIPIIL</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La institucionalidad de la cultura • Identidad Cultural <i>Náhuat-Pipil</i> • Dignidad de los pueblos indígenas • Pueblo Pipil y Náhuat devuelta a la vida • Ley de Cultura, identidad de pertenencia • Cultura <i>Náhuat-Pipil</i>, marca municipio • Despertar colectivo de la cultura salvadoreña con agendas e iniciativas • La Cultura <i>Náhuat-Pipil</i> en el Sistema Educativo Salvadoreño. 	<p>TENDENCIA TURÍSTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • El turismo en el tercer milenio • La naturaleza crecimiento turística • Nuevas realidades del turismo • Fuerzas impactan el futuro turístico • Los turistas del futuro • La Naturaleza cambiante de productos turísticos y sus tendencias • Hábitos de consumo y formas de viajar de los turistas (<i>Generaciones</i>).

Fuente: elaboración propia

El Sistema Turístico de Nahuizalco es afectada por factores externos que están conformando al turismo del mañana, con pocas posibilidades de influir en ellos. El modelo *PESTT*, es una herramienta de utilidad que el *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco (CDT)*, podrá utilizar para realizar el análisis del entorno, detectar y listar los factores externos principales, comprendiendo además; los efectos positivos (*Oportunidades*) y negativos (*Amenazas*) que se presentan en los mercados turísticos, la capacidad de los destinos y responder a las demandas futuras. Los resultados producen un importante insumo a ser incorporados para el análisis FODA, parte importante del diagnóstico turístico de Nahuizalco (*Ver figura 26*).

Figura 26. *Diagnóstico Turístico Externo de Nahuizalco (Metodología PESTT)*



Fuente: Elaboración propia

El análisis del entorno para el *Diagnóstico Turístico Cultural de Nahuizalco*, ha sido un estudio necesario, amplio y complejo por su propia naturaleza investigativa, a pesar de ser delimitado y de extractado contenido en los factores externos más relevantes; los que se han seleccionado y relacionados con un criterio de relevancia.¹⁴⁷ *El Apéndice 2* ilustra mediante la metodología *PESTT*, un breve recorrido de las principales dimensiones de los factores externos del *macro-entorno* del Sistema Turístico de Nahuizalco, estudio que fue realizado en conjunto con las autoridades turísticas del municipio.

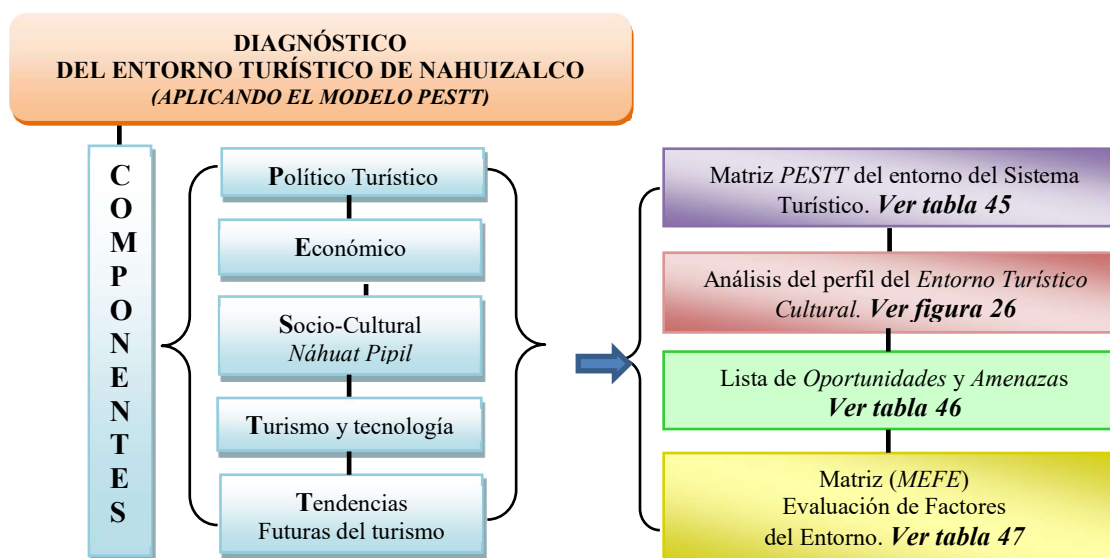
¹⁴⁷ La fuente de información secundaria utilizada han sido *informes y estudios de entidades públicas y privadas prestigiosas, notas periodistas, revistas turísticas entre otros.*

3.5.1 Análisis del Entorno Turístico Cultural

Una vez analizado exhaustivamente en conjunto con el Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco la metodología diagnóstica *PESTT* (Ver Apéndice 2), sus componentes, dimensiones y variables del entorno externo del Sistema Turístico descritos a lo largo de este estudio; corresponde para este diagnóstico en particular y de la consultoría en general, analizar metódicamente el resultado de los factores más significativos, que podrían afectar a un número importante de variables vitales en cada uno de los entornos mencionados, y que pueden intervenir en los niveles de oferta y demanda que conforma la práctica turística de Nahuizalco.

La figura 27, representa gráficamente el seguimiento metodológico del diagnóstico del entorno turístico de Nahuizalco, una vez asimilado los componentes de esta metodología; el análisis inicia con la construcción de una *Matriz PESTT* que agrupa por dimensiones las variables más significativas (Ver tabla 45); posteriormente sobre este análisis se integran para determinar el perfil del entorno turístico cultural (Ver figura 26), el corazón de este estudio se materializa en un listado de factores externos principales, comprendiendo los efectos positivos (*Oportunidades*) y negativos (*Amenazas*) que pueden presentarse en los mercados turísticos y la capacidad de Nahuizalco para responder sosteniblemente (Ver tabla 46), por último para hacer valer estos factores es necesario ponderarlos mediante una matriz de evaluación de factores del entorno (*MEFE*) y determinar la posición ante estas variables (Ver tabla 47).

Figura 27. Representación gráfica de Diagnóstico del entorno del STC de Nahuizalco



Fuente: Elaboración propia.

3.5.2 Matriz PESTT del entorno del STC de Nahuizalco

Tabla 45. Matriz PESTT del entorno del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco

MATRIZ PESTT PARA EL DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL DE NAHUIZALCO

POLÍTICO TURÍSTICO	ECONÓMICO
<p>En este apartado, se estudian los factores relacionados con la regulación institucional aplicado a la industria del turismo internacional y nacional (<i>Políticas y leyes culturales, impositivas e incentivos, políticas turísticas, cambio o evoluciones político de orden turístico</i>).</p> <ol style="list-style-type: none">1. La <i>OMT</i>, advierte que el binomio <i>turismo y cultura</i> es un motor potente atenuante de pobreza.2. Participar competitivamente de la estrategia <i>Pueblos Vivos</i>, una modalidad de hacer turismo interno, estableciendo vínculos de cultura, medio ambiente y gastronomía con su propia gente.3. La aprobación de la <i>Ley de Cultura</i>, fomentará a nivel nacional un modelo de turismo cultural; que gestione políticas de gestión competitiva y sostenible.4. Proyectos de ampliación de diversos circuitos turísticos multidestinos, al incluir más municipios con una variedad de sitios y productos turísticos.	<p>El turismo es uno de los principales motores de la economía y de importante influencia en sus variables, por ello las autoridades turísticas deben estar atento a lo que sucede en su entorno macroeconómico y microeconómico, a nivel nacional e internacional; que afectan el poder de compra de los turistas.</p> <ol style="list-style-type: none">1. El turismo es una tarea de extraordinarias oportunidades, con importante participación en el crecimiento económico nacional, fomenta la inversión interna y genera empleo.2. Acciones drásticas en las finanzas públicas, deterioraría la capacidad del consumo turístico interno.3. La industria turística nacional crece a nivel de oferta agregada, a pesar de las ensombrecidas perspectivas económicas a nivel mundial y nacional.4. Los ajustes de una reforma previsional, generan incertidumbre de insostenibilidad del pago a los pensionados en el largo plazo, quienes lo gastan especialmente en viajes y turismo.
SOCIO-CULTURAL NÁHUAT-PIPII	TECNOLOGÍA
<p><i>Sociedad y Cultura</i>, interactúan en un mismo contexto y comparten las mismas circunstancias que condicionarán costumbres y estilos de vida; generando desarrollo de identidad y sentido de pertenencia, estudio indispensable para comprender la realidad social y cultural del turismo en El Salvador.</p> <ol style="list-style-type: none">1. La <i>Ley de Cultura</i> aviva la práctica del turismo cultural, reconociendo la riqueza <i>cultural</i> del país y dignificando los pueblos indígenas y sus lenguas ancestrales.2. La inseguridad es un problema latente y constante para el turismo y para la economía nacional, ya que afecta la decisión del turista para visitar los distintos destinos turísticos.3. El cambio climático, está ocasionando obstáculos en los flujos del turismo <i>sol y playa</i>, diversificando el turismo nacional a otros segmentos como el turismo cultural.4. Las futuras generaciones, con una menor capacidad de consumo turístico, con menor tiempo para viajes, un amplio mundo virtual a su disposición y un deterioro creciente de identidad cultural; demandarán un cuadro de motivación del turismo cultural, más cambiante, exigente y diferenciado.	<p>La práctica turística y la tecnología recorren el mismo camino, de forma conjunta marcarán la diferencia en cuanto a la forma de darse a conocer y la calidad de los servicios turísticos, su influencia para los consumidores y especialmente para las empresas turísticas.</p> <ol style="list-style-type: none">1. El turismo y la tecnología recorren el mismo camino, esta simbiosis marcará la diferencia en cuanto a la forma de darse a conocer y la calidad de los servicios turísticos.2. La realidad virtual, es una potente herramienta que puede facilitar una nueva forma de acceso y conocimiento del patrimonio cultural, aprovechando las infinitas oportunidades de generar experiencias pasadas, nuevas y desconocidas.3. El turismo <i>Travel 2.0</i>; sitios web que aplican y afectan a todas las etapas del proceso turístico, desplazará la intermediación turística.4. El aporte tecnológico está convirtiendo al mundo real del turista, en un mundo virtual.
TENDENCIAS DEL TURISMO DEL FUTURO	
<p>A pesar de la preocupación actual por diversos factores externos, el futuro del turismo sigue siendo prometedor y optimista. Las proyecciones y tendencias parecen favorecer el crecimiento a largo plazo de la industria turística. Este apartado expone algunas de las dimensiones más específicas de los cambios futuros, tendencia, retos y oportunidades del turismo en los próximos años:</p> <ol style="list-style-type: none">1. A pesar de las preocupaciones por las vulnerabilidades del entorno, el futuro del turismo sigue siendo prometedor y optimista.2. Ante prácticas turísticas homogéneas, existen fuertes presiones por conservar la identidad única y cultural de los destinos.3. La influencia de la cultura en el turismo, se traduce en la búsqueda cada vez de mayores destinos culturales (<i>gastronomía, tradiciones y costumbres autóctonas</i>).4. Los productos turísticos deben competir con las presiones de los turistas y la cada vez más amplia variedad de oportunidades de entretenimientos.	

Fuente: Elaboración propia.

3.5.3 Análisis del perfil del entorno Turístico Cultural (*Modelo PESTT*)Figura 28. Análisis del perfil del entorno del STC de Nahuizalco (*Modelo PESTT*)¹⁴⁸

PERFIL PESTT	FACTORES CLAVES DIAGNÓSTICO EXTERNO	Muy negativo	Negativo	Indiferente	Positivo	Muy positivo
POLÍTICO TURÍSTICO	La OMT, advierte que el binomio <i>turismo y cultura</i> es un motor atenuante de pobreza.					X
	Participar competitivamente de la estrategia <i>Pueblos Vivos, como turismo interno</i> .				X	
	La <i>Ley de Cultura</i> , fomentará un modelo de turismo cultural competitivo y sostenible.					X
	Proyectos de ampliación de diversos circuitos turísticos multidestinos.		X			
ECONÓMICO	El turismo es una tarea de extraordinarias oportunidades económicas.				X	
	Acciones drásticas en las finanzas públicas, deterioraría el consumo turístico interno.		X			
	La industria turística nacional crece a pesar de las dificultades económicas.				X	
	La incertidumbre del pago de pensiones es una amenaza para los turistas jubilados.		X			
SOCIO CULTURAL	La <i>ley de cultura</i> aviva el turismo cultural, sostenible con sus características culturales.					X
	La inseguridad es un problema latente y constante para el turismo nacional.	X				
	El cambio climático, desplaza el turismo <i>sol y playa</i> , a otras tipologías como turismo cultural				X	
	Las futuras generaciones, demandarán un turismo cultural, cambiante y diferenciado.		X			
TECNOLÓGICO	El turismo y la tecnología recorren el mismo camino, una simbiosis diferencial.					X
	La realidad virtual, es una herramienta tecnológica que puede generar experiencias pasadas, nuevas y desconocidas.				X	
	El <i>turismo Travel 2.0</i> ; aplican y afectan el proceso logístico de la práctica turística.		X			
	El aporte tecnológico está convirtiendo el mundo real del turista, en un mundo virtual, interactivo y digital.	X				
TENDENCIAS A FUTURO DEL TURISMO	A pesar de las vulnerabilidades, el futuro del turismo sigue siendo optimista y prometedor.					X
	Prácticas turísticas homogéneas <i>Vrs.</i> fuertes presiones por conservar la identidad única y cultural de los destinos.		X			
	La influencia de <i>la cultura</i> en el turismo, se traduce en la búsqueda mayores destinos.					X
	Los productos turísticos competirán contra las presiones de los turistas y con una amplia variedad de entretenimientos.	X				

Fuente: Elaboración propia.

¹⁴⁸ Este análisis *PESTT*, con marcadas variables *negativas* y *positivas*, presupone un *entorno favorable* para el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.

3.5.4 Oportunidades y Amenazas del entorno turístico de Nahuizalco

Una vez analizado brevemente los factores *PESTT* y el vasto número de variables relacionados del entorno Turístico de Nahuizalco, se listan las *Oportunidades* y *Amenazas* determinadas (*Ver tabla 46*).

Tabla 46. *Oportunidades y Amenazas (Análisis del entorno) del STC de Nahuizalco*

ANÁLISIS DEL ENTORNO TURÍSTICO DE NAHUIZALCO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> El turismo cultural, es un instrumento de inclusión social que mejora la calidad de vida de los pueblos. El Salvador es un rincón turístico cultural de origen indígena <i>Náhuat-Pipil</i>, una riqueza histórica que se recoge entre sus pueblos. Dentro de la modalidad turismo interno, participar competitivamente de la estrategia Pueblos Vivos, aprovechando iniciativas y alianzas turísticas. La <i>Ley de Cultura</i>, aviva la práctica del turismo cultural, reconociendo la riqueza cultural del país y dignificando a los pueblos indígenas y sus lenguas. El turismo es un sector con importante participación en el crecimiento económico nacional, fomenta la inversión interna y genera empleo. La industria turística nacional crece, a pesar de las ensombrecidas perspectivas económicas. Los incrementos históricos de remesas familiares, dinamizan y acrecientan el flujo turístico interno. Incrementos de temperatura y del nivel del mar, ocasionan interés por el turismo cultural, entre otros. El turismo es un atenuante de pobreza, mejorando la calidad de vida de sus habitantes. El turismo y la tecnología recorren el mismo camino, y marcan diferencia en servicios turísticos. Las nuevas tecnologías favorecen, potencian y facilitan la práctica turística, entendiendo la manera en que los turistas viajan y consumen. La realidad virtual, es una potente herramienta que puede facilitar una nueva forma de acceso y conocimiento del patrimonio cultural. A pesar de las preocupaciones por las vulnerabilidades del entorno, el futuro del turismo sigue siendo creciente, prometedor y optimista. El ofrecimiento de productos turísticos innovadores, puede resultar una ventaja competitiva diferenciadora frente a nuevos entretenimientos. La influencia de la cultura en el turismo, se traduce en la búsqueda de mayores destinos culturales (<i>gastronomía, tradiciones y costumbres</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> Proyectos de ampliación de <i>Ruta de Las Flores</i> y en la zona costero-marina como circuito turístico. Lanzamientos de mercados nocturnos como atractivos turísticos, por algunos municipios. La apuesta de los países de la región centroamericana por capturar más visitas de turistas salvadoreños. El turismo nacional está expuesto a una vulnerabilidad económica externa en relación con las remesas y el turismo receptivo. La aplicación de acciones drásticas en las finanzas públicas, deteriora la capacidad de consumo interno como el gasto turístico nacional. La incertidumbre del pago de pensiones es una amenaza para los turistas jubilados. La inseguridad es un problema latente y constante para el turismo y para la economía nacional. Las generaciones futuras, con un mundo virtual y un deterioro de identidad cultural; demandarán un cuadro de motivación exigente y diferenciado. El incremento de la pobreza y la exclusión social, priva a numerosas familias de ingresos y oportunidades de esparcimiento y viajes turísticos. El turismo enfrentará numerosas restricciones y limitaciones que obligarán drásticamente sus prácticas turísticas tradicionales. El aporte tecnológico está convirtiendo al mundo real alrededor del turista, en un mundo virtual. La tecnología ha generado drásticos cambios en la tradicional promoción turística, pesa la opinión de los viajeros, más, que el esfuerzo del destino. El turismo virtual, genera experiencias únicas e inolvidables de un destino, sin visitarlo. El crecimiento desmedido del turismo, provoca: destrucción de culturas, degradación del ambiente y homogeneización de estilos de vida. Los productos turísticos competirán con las presiones de los turistas y la cada vez más amplia variedad de oportunidades de entretenimientos.

Fuente: elaboración propia, con la participación del *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco (CDT)*

3.5.5 Matriz de Evaluación de los Factores del Entorno (MEFE)

Una vez listado las *Oportunidades* y *Amenazas*, como producto del análisis del entorno del *Sistema Turístico de Nahuizalco*, el siguiente paso es evaluar la *ponderación del atractivo del entorno de la industria turística para este municipio*; mediante la elaboración de una *Matriz de Evaluación de Factores Claves del Entorno* turístico (MEFE)¹⁴⁹. Ver tabla 47.

A continuación, se describe el procedimiento de evaluación:

- 1) Se determinaron 20 *factores claves* del entorno turístico (10 *amenazas* y 10 *oportunidades*).
- 2) Se asignó en cada factor la *importancia relativa con la siguiente ponderación: 0 (sin importancia) y 1.0 (muy importante)*. La sumatoria de todas las ponderaciones deberá ser de **1.0**
- 3) Se clasificaron los factores claves de **1 a 4** para indicar si dicha variable representa:

<i>Factor</i>	<i>Amenazas</i>		<i>Oportunidades</i>	
<i>Nivel Importancia</i>	Importante	Menor	Menor	Importante
<i>Clasificación</i>	1	2	3	4

- 4) Resultado ponderado para cada variable (multiplicando la *ponderación* por su *clasificación*).
- 5) Total de *Resultado Ponderado* (Sumando los resultados ponderados para cada variable)¹⁵⁰

Tabla 47. Matriz de Evaluación de Factores Claves del entorno del *STC de Nahuizalco* (MEFE)

<i>MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL ENTORNO TURÍSTICO DE NAHUIZALCO (MEFE)</i>				
<i>Factores Claves del entorno turístico</i>		<i>Ponderación</i>	<i>Clasificación</i>	<i>Resultado Ponderado</i>
<i>OPORTUNIDADES</i>	El turismo cultural, mejora la calidad de vida de los pueblos	0.03	4	0.12
	El Salvador es un rincón cultural indígena <i>Náhuat-Pipil</i>	0.02	3	0.06
	Participar competitivamente iniciativas y alianzas turísticas	0.01	3	0.03
	<i>La Ley de Cultura</i> , aviva la práctica del turismo cultural	0.20	4	0.80
	El cambio climático ocasiona interés por el turismo cultural	0.01	3	0.03
	El turismo es un atenuante de pobreza	0.02	4	0.08
	El turismo y la tecnología recorren el mismo camino	0.02	3	0.06
	El futuro del turismo sigue siendo creciente y optimista	0.03	3	0.09
	La diferenciación turística como ventaja competitiva	0.15	4	0.60
	Una mayor influencia de <i>la cultura</i> en el turismo	0.02	3	0.06
<i>AMENAZAS</i>	Ampliación y diversificación de circuitos turísticos	0.01	2	0.02
	Lanzamientos de mercados nocturnos como atractivos	0.01	2	0.02
	Captura de turistas por países de la región	0.01	2	0.02
	Vulnerabilidad externa en remesas y turismo receptivo	0.02	1	0.02
	Incertidumbre de pago de pensiones en turistas jubilados	0.02	1	0.02
	Inseguridad, problema latente para el turismo	0.25	1	0.25
	Deterioro de identidad cultural por generaciones futuras	0.05	1	0.05
	El turismo virtual, experiencias sin viajar a destinos	0.01	2	0.02
	Turismo desmedido provoca destrucción de culturas	0.05	1	0.05
	Los productos turísticos <i>Vrs</i> nuevos entretenimientos	0.06	2	0.12
Totales		1.00		2.52
<i>Interpretación:</i> El resultado ponderado de la <i>MEFE</i> del <i>Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i> es de 2.52 , lo que quiere decir que; cuenta con oportunidades que deben ser aprovechadas y una revisión minuciosa para evadir amenazas.				

Fuente: elaboración propia, apoyado con los criterios del *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco*.

¹⁴⁹ Matriz de análisis que permite a los estrategas, resumir y *evaluar* toda la información externa y decisiva del entorno turístico, determinantes para la matriz de perfil competitivo y FODA.

¹⁵⁰ Independientemente del número de *amenazas* y *oportunidades* claves en la matriz, el total del *resultado ponderado* más alto será **4.0** (*dispone de oportunidades un ramo atractivo*); y el menor posible de **1.0** (*afrenta graves amenazas-industria poco atractiva*); el ponderado promedio es **2.5**. (*Tiene oportunidades y amenazas*).

3.6 ANÁLISIS Y ELECCIÓN DE ESTRATEGIAS TURÍSTICAS

Una vez finalizado el estudio del diagnóstico interno y externo del *Sistema Turístico Cultural* de Nahuizalco, corresponde en este apartado; que los actores claves turísticos de este municipio, enfoquen y determinen mediante el análisis y la elección de estrategias turísticas; los cursos de acción alternos más apropiados para los propósitos de esta consultoría. Para ello se presenta a continuación un modelo, con las principales herramientas factibles a evaluar o elegir, y que serán parte de la propuesta de alternativas en la que se tomen decisiones subjetivas a partir de información objetiva; que fortalezcan la práctica turística de Nahuizalco¹⁵¹.

Modelo analítico para la formulación de estrategias turísticas

Las diferentes técnicas para formular estrategias turísticas, pueden expresarse en un modelo de toma de decisiones de dos etapas que se describen a continuación:

1. **Etapla analítica de insumos:** los datos proporcionados por las tres matrices: *MEFI*, *MEFE* y *MPCT*; constituyen el insumo básico de información para las matrices de la *etapa de adecuación*. Estas herramientas exigen que se cuantifiquen la subjetividad durante las primeras etapas del proceso de formulación de estrategias turísticas.
2. **Etapla analítica de adecuación:** la estrategia se define en términos de la adecuación que se realiza entre los recursos y habilidades internas, como oportunidades y riesgos creados por sus factores externos, esta etapa cuenta con una serie de herramientas, sin embargo para este diagnóstico turístico solamente se muestran dos de ellas.

La tabla 48, expone el modelo analítico que presenta las herramientas que son aplicables a organizaciones de todo tamaño y de cualquier tipo o naturaleza, y que pueden ayudar a las autoridades turísticas de Nahuizalco a identificar, evaluar y elegir estrategias turísticas.

Tabla 48. *Modelo analítico para la formulación de estrategias turísticas*

Modelo analítico para la formulación de estrategias turísticas		
ETAPA ANALÍTICA DE INSUMOS		
Matriz de Evaluación de Factores Internos (<i>MEFI</i>) (Ver pág. 149)	Matriz de Evaluación de Factores Externos (<i>MEFE</i>) (Ver pág. 159)	Matriz de Perfil Competitivo Turístico (<i>MPCT</i>) (Pág. 161-162)
ETAPA ANALÍTICA DE ADECUACIÓN		
Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (<i>FODA</i>) (Ver pág. 166)	Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de Acción Turística (<i>PEEAT</i>) (Ver pág. 169)	

Fuente: *Elaboración propia, Apud* David Fred y David Forest (2017). *Conceptos de Administración Estratégica*. 15ª Edición. Editorial Pearson, S.A. Ciudad de México. México, p.170-171.

Las estrategias turísticas, los objetivos de consultoría y la información reflejada en este diagnóstico, constituyen la base para generar y evaluar estrategias factibles para la propuesta.

¹⁵¹ Existe una infinidad de acciones posibles y de formas de implementarlas, es necesario desarrollar, examinar, priorizar y elegir entre un conjunto manejable de las estrategias alternativas que resulten atractivas. Son los estrategas y no las herramientas analíticas, los responsables de tomar las decisiones estratégicas.

3.6.1 Matriz de Perfil Competitivo Turístico de Nahuizalco (MPCT)

Corresponde en este diagnóstico, evaluar el perfil competitivo turístico de Nahuizalco en relación con la *Ruta de Las Flores*¹⁵²; para ello se utilizará una herramienta de análisis denominado *Matriz de Perfil Competitivo Turístico (MPCT)*. Es una herramienta analítica que identifica el comportamiento de competidores más importantes de un destino turístico, e informa sobre sus *fortalezas y debilidades* particulares.

Los resultados de esta matriz MPCT dentro del circuito turístico de *Ruta de Las Flores*, dependen básicamente de los de juicios subjetivos aportados y fundamentados en la experiencia por parte de las autoridades turísticas de Nahuizalco; en la selección de factores, asignación de ponderaciones y en la determinación de clasificaciones, por ello para propósitos de este diagnóstico turístico debe usarse en forma prudente dentro del proceso de toma de decisiones.

Se describe a continuación, el procedimiento para construir la matriz MPCT:

- 1) Se identifican los factores decisivos de competitividad, relacionando Nahuizalco con el circuito turístico de la *Ruta de la Flores* en su conjunto.¹⁵³
- 2) Asignar una ponderación a cada factor, con el objeto de indicar la importancia relativa de ese factor para el éxito de la industria turística.

0.0 = sin importancia	1.0 = Importancia
-----------------------	-------------------

NOTA: La suma debe ser igual a 1.

- 3) Se asigna un valor (*debilidad o fortaleza*) a cada factor clave según los competidores turísticos (*Ruta de Las Flores*), así como el destino de Nahuizalco en estudio:

Debilidad	Valor	Fortaleza	Valor
Grave	1	Menor	3
Menor	2	Importante	4

- 4) Multiplicar la ponderación asignada por el valor de cada factor según clasificación.
- 5) Sumar la columna de resultados ponderados para cada destino turístico. El más alto indicará al competidor de mayor fortaleza y el menor al más débil.

La *tabla 49* revela la *Matriz del Perfil Competitivo de Nahuizalco* en comparación con el circuito turístico de *La Ruta de Las Flores*, la que comprende una serie de factores competitivos, descripción y justificación; así como las ponderaciones, valores y resultados de la práctica turística, información valiosa para las autoridades turísticas en la toma de decisiones.

¹⁵² Ruta turística a la que pertenece, es la segunda más visitada del país y considerada un punto turístico desarrollado.

¹⁵³ Para este propósito, se fundamentó su análisis en la determinantes de la Oferta Turística identificadas y que exponen en El modelo Diamante de Porter de Competitividad Turística de Nahuizalco (*Modelo propuesto en el capítulo IV*)

Tabla 49. Factores justificantes de Perfil Competitivo Turístico de Nahuizalco ante Ruta de Las Flores¹⁵⁴

Factores de Competitividad	Descripción y Justificación	Ponderación	Nahuizalco		Ruta de Las Flores	
			Valor	Resultado	Valor	Resultado
Riqueza Cultural	Ruta de Las Flores, destino turístico con poblaciones de laboriosos agricultores y artesanos de origen indígena; donde su belleza cultural se plasma principalmente en sus artesanías.	0.08	4	0.32	4	0.32
Demanda Turística Cultural	La cultura se ha convertido en un elemento de creciente motivación para los visitantes, lo que ha convertido al turismo cultural en una de las tipologías de mayor crecimiento de flujos turísticos en los últimos años.	0.15	1	0.15	3	0.45
Competitividad Turística	En un destino de base cultural, la identidad de los pueblos es una variable estratégica en la construcción de ventajas competitivas sostenibles. Fundamentada principalmente en su cultura (Artesanías, gastronomía, paisaje cultural, costumbres, tradiciones, otros).	0.09	1	0.09	3	0.27
Marca Municipio	Un instrumento que se constituye en una herramienta diferenciadora con propuesta de valor para la promoción turística, que le permitirá posicionarse en el mercado turístico.	0.03	4	0.12	1	0.03
Destino	Un destino de base cultural, lo que constituye el componente central de su Sistema Turístico. La estructura cultural y su adecuación como recurso turístico, componen el atractivo turístico. (Entorno cultural, artesanías, costumbres y tradiciones, otros.)	0.10	4	0.4	4	0.4
Recursos Turísticos Culturales	Atesoran en su seno, una gama de manifestaciones de orden cultural (heredadas por sus antecesores indígenas Náhuat-Pipil y otras, fruto de la creación e innovación contemporánea). Son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística.	0.08	2	0.16	3	0.24
Productos	El patrimonio en sí mismo no es un equipamiento cultural, ni un servicio, ni un agente, ni una oferta, sino que es un recurso susceptible de convertirse en un producto cultural	0.10	3	0.3	3	0.3
Mercado Turístico	Su patrimonio histórico, la producción y la creatividad cultural; permiten diferenciación del resto de destinos en un mercado turístico cultural cada vez más saturado, mimético y poco creativo. El mercado turístico cultural, no se trata solamente de un concepto físico, sino operativo, en el que confluyen los intereses de oferta y demanda	0.03	2	0.06	2	0.06
Patrimonio Cultural	Importante el conocimiento y gestión de su patrimonio histórico cultural como uso turístico, distinguiéndose bienes inmuebles y la expresión del patrimonio inmaterial.	0.10	4	0.4	3	0.3
Actores	El conocimiento sobre los actores que intervienen y de sus relaciones en el desarrollo turístico, es un elemento básico para la gestión del turismo del municipio	0.09	1	0.09	1	0.09
Políticas Públicas (Gobernanza)	El turismo cultural se percibe desde perspectivas muy diferentes, por lo que resulta necesario que alguien asuma la labor de coordinación y gestión de las interdependencias entre turismo y cultura. La política turística tiene como objetivo básico promover un correcto desarrollo de la actividad turística, disminuyendo impactos negativos e impulsando los positivos.	0.15	1	0.15	1	0.15
Totales Ponderados		1.0	2.24		2.61	

Fuente: elaboración propia, con la participación del Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco y Comité de Competitividad Municipal

INTERPRETACIÓN

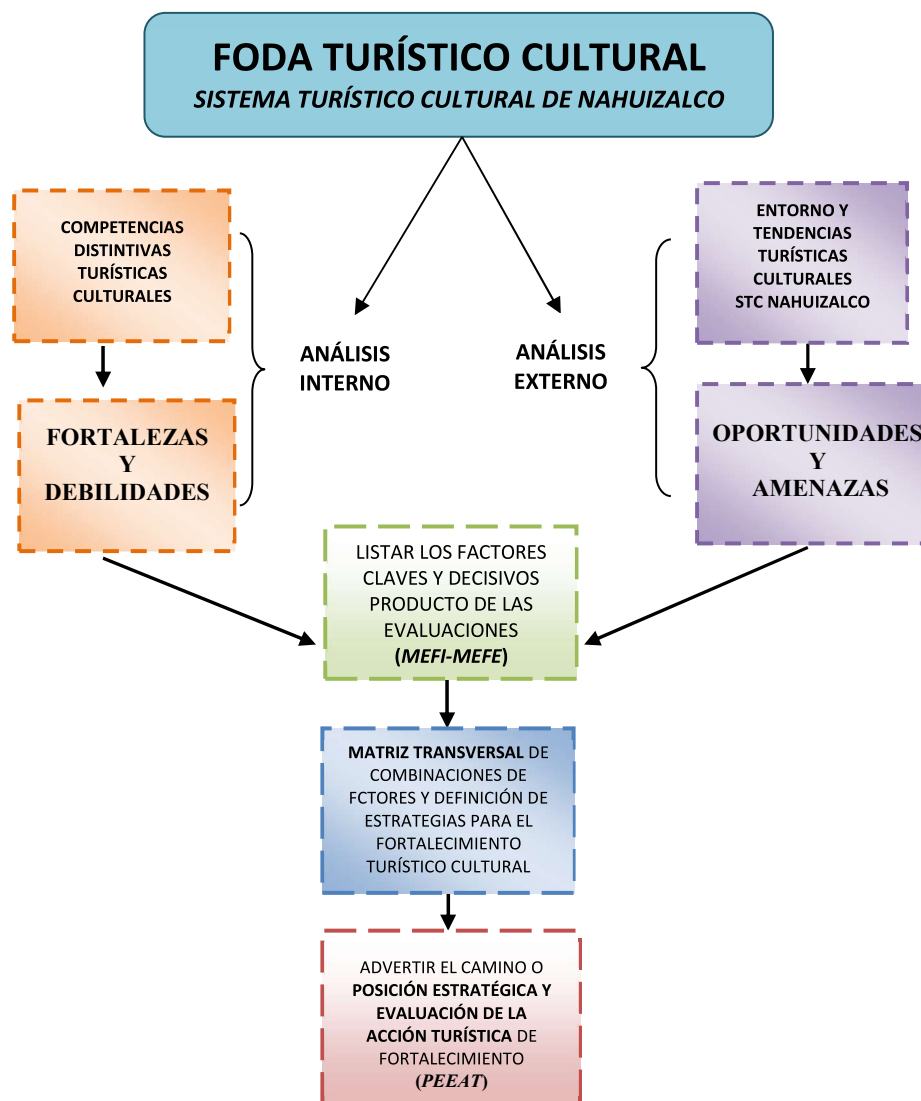
El resultado de la MPCT de Nahuizalco es de **2.24**, un bajo perfil competitivo turístico contra Ruta de Las Flores con un resultado de **2.61**; esta consultoría concluye que es necesario fortalecer mediante estrategias turísticas aquellos factores que se encuentran competitivamente débiles.

¹⁵⁴ La MPCT de Nahuizalco se desarrolló en base a la investigación de campo (Ver anexos del 15 al 17), acompañado de punto de vista de las autoridades turísticas del municipio.

3.6.2 Análisis FODA turístico cultural de Nahuizalco

Una vez realizado el diagnóstico interno y externo del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, corresponde complementar en este apartado el análisis FODA¹⁵⁵, una herramienta de marco estratégico que evalúa a profundidad y rigor el escenario turístico de este histórico municipio.¹⁵⁶ La figura 29, revela la ruta metodológica en la que se desarrolla este instrumento.

Figura 29. Diagrama estructural del Diagnóstico FODA del STC de Nahuizalco



Fuente: elaboración propia

¹⁵⁵ La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas (*Factores críticos positivos con los que se cuenta*), Oportunidades, (*Aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas*), Debilidades, (*Factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir*) y Amenazas, (*Aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de objetivos*). Es una herramienta de análisis del entorno con un marco estratégico del modelo SWOT (1965... término FODA traducido al inglés).

¹⁵⁶ Los consultores conjuntamente con las autoridades turísticas de Nahuizalco, han sido responsables de esta investigación, donde NO se ha pretendido ver este diagnóstico con *lentes de color rosa*.

El anterior esquema, ilustra el camino transitado por este diagnóstico turístico; un análisis que representa el esfuerzo por examinar la interacción de las características particulares del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*. Un estudio de diagnóstico en el que se han analizado, evaluado y ponderado los factores internos (*Fortalezas y Debilidades*) y externos (*Oportunidades y Amenazas*), considerando las matrices MEFI y MEFE estudiadas anteriormente, herramientas que permiten enumerar (*atendiendo estas evaluaciones y ponderaciones*) los factores claves y decisivos para comparar transversalmente y diseñar estrategias que permitan fortalecer la práctica turística de este municipio, un objetivo marcado de esta esta consultoría que pueda enfrentar los nuevos retos-desafíos de la industria turística.¹⁵⁷

El objetivo primario de esta herramienta de estudio, consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que la dinámica turística cultural de Nahuizalco; será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto turístico, (*oportunidades y amenazas*) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.¹⁵⁸ Para este diagnóstico, el análisis FODA se enfoca solamente hacia los factores claves que orienten el fortalecimiento del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*. Elementos críticos que se han discutido de forma participativa con los miembros de las autoridades turísticas de Nahuizalco (*Comité de Competitividad Municipal y Comité de Desarrollo Turístico*), como de artesanos y comunidad indígena *Náhuat-Pipil*.

La *Tabla 50*, resume las Fortalezas y Debilidades (*Análisis interno*) como las Oportunidades y Amenazas (*Análisis Externo*), críticas para implementar *estrategias que fortalezcan la práctica turística de Nahuizalco*, aprovechando al máximo sus recursos culturales entre otras oportunidades y reducir adversidades que se presentan en el entorno de la industria turística.¹⁵⁹ El análisis comprende la necesidad de estudiar las fortalezas y debilidades desde el punto de vista de los turistas y de los gestores del destino, como también aprovechar oportunidades y la posibilidad de mejorar y prestar atención a todas las amenazas de la industria turística. La oportunidad solamente existe si las autoridades turísticas de Nahuizalco disponen del compromiso, la colaboración y la experiencia necesaria para aprovecharla.

¹⁵⁷ Esta herramienta tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado a todo nivel estructural y en diferentes unidades de análisis (*Producto, mercado, destino turístico, estrategia de negocio, línea estratégica, Otros*).

¹⁵⁸ Sobresalen en el análisis las *fortalezas* y las *debilidades* diferenciales internas más ponderadas, al compartir de manera objetiva y realista; la competencia con las oportunidades y amenazas claves de entorno turístico.

¹⁵⁹ En la construcción de esta información, se contó con la participación de autoridades turísticas de Nahuizalco y miembros de la comunidad local, en la que se enfatizó anteponer la creatividad sobre la evaluación crítica.

Tabla 50. Factores claves y decisorios para análisis FODA del STC de Nahuizalco¹⁶⁰

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocido por su cultura <i>Náhuat-Pipil</i> (costumbres y tradiciones que encantan) • Sus habitantes presentan un espíritu de hospitalidad • Riqueza cultural histórica: Tangibles e intangibles • Artesanía <i>Náhuat-Pipil</i> (madera y fibras naturales) • Se encuentra dentro de la Ruta de Las Flores • Un Mercado Nocturno con gastronomía autóctona • Se posee una imagen y marca bien consolidada • La articulación entre cultura y turismo estimula la práctica turística cultural • Diversidad y oferta cultural (material e inmaterial) • Fuerte identidad comunitaria <i>Náhuat-Pipil</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un destino cultural turísticamente adormecido • Pérdida generacional de identidad cultural • Turismo y cultura, separados del destino turístico • Limitada organización en turismo cultural • Desconocimiento de la demanda turística cultural • No se cuenta con una metodología de evaluación potencial turística • La promoción turística cultural no es diferenciadora • El turismo no integra estrategias sostenibles al legado cultural <i>Náhuat-Pipil</i> • Un inventario turístico generalizado • No existe un mercado turístico diferenciador • No hay capacitación sobre turismo cultural • Falta de formación en turismo cultural entre autoridades locales turísticas • Delincuencia latente que reduce el flujo turístico
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Cultural mejora calidad de vida de los pueblos • El Salvador es un rincón cultural <i>Náhuat-Pipil</i> • Participación en iniciativas y alianzas turísticas • Uno de los municipios artesanales del país. • La Ley de Cultura, aviva la práctica del turismo cultural • Cambio climático ocasiona interés por turismo cultural • El turismo es un atenuante de pobreza • El turismo y la tecnología recorren el mismo camino • El futuro del turismo sigue siendo creciente y optimista • La diferenciación turística como ventaja competitiva • Una mayor influencia de la cultura en el turismo • Réplica de modelos exitosos de Turismo Cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación y diversificación de circuitos turísticos • Lanzamientos mercados nocturnos como atractivos • Captura de turistas por países de la región • Vulnerabilidad en remesas y turismo receptivo • Incertidumbre de pensiones en turistas jubilados • Inseguridad, problema latente para el turismo • Deterioro identidad cultural en generaciones futuras • Cambios en turismo tradicional por restricciones • El turismo virtual, experiencias sin viajar a destinos • Turismo desmedido provoca destrucción de culturas • Productos turísticos <i>Vrs</i> nuevos entretenimientos • Pérdida de manifestaciones y autenticidad cultural


Fuente: elaboración propia, con la participación de autoridades turísticas de Nahuizalco y miembros comunales

La *Tabla 51*, muestra una matriz FODA (agrupando transversalmente sus cuatro factores); un instrumento de importancia para los gestores del turismo de Nahuizalco, que le permite desarrollar cuatro tipos de estrategias¹⁶¹ que orientan la propuesta de esta consultoría. La matriz FODA de Nahuizalco, contempla los siguientes niveles de estrategia turística cultural.

¹⁶⁰ Este listado resulta de los factores más ponderados de *MEFI* y *MEFE*, obtenido de este diagnóstico turístico.

¹⁶¹ La Matriz FODA desarrolla cuatro tipos de estrategia: **F-O** son las mejores estrategias para sacar el máximo provecho de las oportunidades, **D-O** se generan para reducir o eliminar las debilidades de tal manera que no inhiban el aprovechamiento de oportunidades, **F-A**. fortalezas bien canalizadas, protegen y hace menos vulnerable para mejorar posibilidades de éxito en el entorno, **D-A**: previenen que las amenazas debiliten la vulnerabilidad que las debilidades generan.

Tabla 51. Matriz FODA Turístico Cultural de Nahuizalco

MATRIZ FODA		COMPETENCIAS DISTINTIVAS TURÍSTICAS CULTURALES	
SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII		ANÁLISIS INTERNO	
<div>ENTOIRNO Y TENDENCIAS ANÁLISIS EXTERNO</div>		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<ol style="list-style-type: none">1. Reconocido por su cultura <i>Náhuat-Pipil</i> (<i>costumbres y tradiciones</i>)2. Sus habitantes presentan un espíritu de hospitalidad3. Posee riqueza cultural histórica: <i>Tangibles e intangibles</i>4. Se oferta artesanía <i>Náhuat-Pipil</i> (<i>madera y fibras naturales</i>)5. Se encuentra dentro de la <i>Ruta de Las Flores</i>6. Su atractivo: <i>un Merado Nocturno con gastronomía autóctona</i>7. El Sistema Turístico tiene una imagen y marca bien consolidada8. La articulación entre <i>cultura y turismo</i> estimula la práctica turística	<ol style="list-style-type: none">1. Es un destino cultural turísticamente adormecido2. Pérdida generacional de su identidad cultural <i>Náhuatl-Pipil</i>3. Se percibe el <i>turismo y la cultura</i>, separados del destino turístico4. Limitada organización y punto de vista en turismo cultural5. Desconocimiento de la demanda turística cultural6. No se cuenta con una metodología de evaluación potencial turística7. La promoción turística cultural no es <i>diferenciadora</i>8. El turismo no integra estrategias sostenibles al legado cultural9. Inventario turístico generalizado, no cuenta con determinantes de oferta10. No existe una competitividad turística cultural diferenciadora11. No hay capacitación sobre turismo cultural
	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS TURÍSTICAS DE ENTRADA (Maximizar oportunidades utilizando las fortalezas)	FO
	<ol style="list-style-type: none">1. El <i>turismo cultural</i>, mejora la calidad de vida de los pueblos2. El Salvador es un rincón cultural indígena <i>Náhuat-Pipil</i>3. Participar competitivamente iniciativas y alianzas turísticas4. La <i>Ley de Cultura</i>, aviva la práctica del turismo cultural5. El cambio climático ocasiona interés por el turismo cultural6. El turismo es un atenuante de pobreza7. El turismo y la tecnología recorren el mismo camino8. El futuro del turismo sigue siendo creciente y optimista9. La diferenciación turística como ventaja competitiva10. Una mayor influencia de <i>la cultura</i> en el turismo	<ol style="list-style-type: none">1. Usaremos<ul style="list-style-type: none">• <i>Buenas Prácticas de Turismo Cultural</i> (F2-O10)• <i>Utilización Turística de Marca Municipio</i> (F7-O3,8,10)2. Diseño<ul style="list-style-type: none">• <i>Diferenciación Turística Cultural</i> (F1-O2,9)• <i>Principios de Turismo Cultural</i> (F8-O6,10)• <i>Renovación del atractivo cultural tradicional</i> (F1,3,5-O1,2)	DO
	AMENAZAS	ESTRATEGIAS TURÍSTICAS DE MEJORA (Utilizando fortalezas para evadir amenazas)	FA
	<ol style="list-style-type: none">1. Ampliación y diversificación de circuitos turísticos2. Lanzamientos de mercados nocturnos como atractivos3. Captura de turistas por países de la región4. Vulnerabilidad externa en remesas y turismo receptivo5. Incertidumbre de pago de pensiones en turistas jubilados6. Inseguridad, problema latente para el turismo7. Deterioro de identidad cultural por generaciones futuras8. Cambios en turismo tradicional por restricciones9. El turismo virtual, experiencias sin viajar a destinos10. Turismo desmedido provoca destrucción de culturas11. Los productos turísticos <i>Vrs</i> nuevos entretenimientos	<ol style="list-style-type: none">1. Fortalecer<ul style="list-style-type: none">• <i>Diseño de productos turísticos culturales</i> (F3-A1,2,9,11)• <i>Código de Ética en Turismo Cultural</i> (F7,8-A1,9,10)2. Mejorar<ul style="list-style-type: none">• <i>Desarrollo de Actividades Turísticas Culturales</i> (F3-A7,10)• <i>Relación Turismo-Comunidad</i> (F2,4-A6,9)	DA
			ESTRATEGIAS TURÍSTICAS DE CONSERVACIÓN (Reducir debilidades aprovechando oportunidades)
			<ol style="list-style-type: none">1. Acercamiento<ul style="list-style-type: none">• <i>Organización Relación Turismo-Cultura</i> (D3,4-O1,6)2. Actualizar<ul style="list-style-type: none">• <i>Capacitación en Turismo Cultural</i> (D5,11-O1,3)3. Realizar<ul style="list-style-type: none">• <i>Política Turística Cultural</i> (D1,4-O1,3,10)• <i>Perfil de la Demanda Turística Cultural</i> (D5,6,10-O3,4,6)• <i>Establecer determinantes de la oferta turística</i> (D9,11-O2,4,8)• <i>Un modelo turístico competitivo diferenciador</i> (D10-O1,3,10)
			ESTRATEGIAS TURÍSTICAS DE PREVENCIÓN (Disminuir vulnerabilidad ante embates de amenazas)
			<ol style="list-style-type: none">1. Estudiaremos<ul style="list-style-type: none">• <i>Implicaciones de la Ley de Cultura</i> (D2,4-A7,10)• <i>Inclusión participativa de La Comunidad Náhuat-Pipil</i> (D1-A8)2. Evaluar<ul style="list-style-type: none">• <i>Patrimonio Cultural (Material e Inmaterial)</i> (D2,9-A1,2,11)• <i>Relación Cultura-Comunidad</i> (D2,11-A7,10)3. Implementar<ul style="list-style-type: none">• <i>Sostenibilidad del Turismo Cultural</i> (D6,8-A1,2,11)• <i>Revitalización del Náhuat-Pipil</i> (D2-A7)

Fuente: elaboración propia, con la participación del Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco

3.6.3 Posición Estratégica y Evaluación de Acción Turística (PEEAT)

Después de enmarcar la matriz FODA con las estrategias turísticas para el fortalecimiento del *Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil*, es necesario advertir el camino o tendencia de su propuesta; es decir la Posición Estratégica y Evaluación de la Acción o Propuesta Turística (PEEAT)¹⁶². Esta Matriz permite al Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco conocer hacia donde o en qué tendencia se deben encaminar las estrategias diseñadas.

La herramienta comprende un marco de cuatro cuadrantes¹⁶³, que advierte los tipos de estrategia, los ejes de la matriz PEEAT que se necesitan para este diagnóstico turístico son:

	<i>Dimensión PEEAT</i>	<i>Coordenadas</i>	<i>Cuadrante</i>	<i>Estrategia</i>
<i>Interna</i>	Fortaleza Turística (FT)	Y	I	Agresiva
	Ventaja Competitiva (VC)	-X	II	Conservador
<i>Externo</i>	Estabilidad Entorno (EE)	-Y	III	Defensivo
	Fortaleza Industria (FI)	X	IV	Competitiva

A continuación, se describen el procedimiento para construir la matriz PEEAT:

- 1) Se asigna un valor numérico a cada una de las variables según las dimensiones:

Dimensiones	Valor Numérico	Dimensiones	Valor Numérico
Fortaleza Turística (FT)	De 1 (<i>el peor</i>) a	Estabilidad Entorno (EE)	De -1 (<i>el mejor</i>)
Fortaleza de Industria (FI)	6 (<i>el mejor</i>)	Ventaja competitiva (VC)	a -6 (<i>el peor</i>)

- 2) Se calcula un promedio para cada dimensión (*sumando las calificaciones de cada variable y dividiendo entre el número de ellas*).
- 3) Marcar los resultados promedio de cada dimensión en el eje correspondiente de la matriz PEEAT. Sustituyendo: Eje de las **X**: VC + (FI); Eje de las **Y**: FT + (EE)
- 4) Con el punto del eje **X** (*horizontal*) y el punto del eje **Y** (*vertical*) dibujar el vector direccional, desde el origen de la matriz y pasando por el punto de intersección.
- 5) Enmarcar el vector que muestra la tendencia que tendrán las estrategias obtenidas con la matriz FODA (*agresivas, competitivas, defensivas o conservadoras*). El vector direccional asociado con cada perfil sugiere el tipo de estrategia a seguir.

¹⁶² Modelo teórico adaptado del original denominado PEEA (*Posición Estratégica y Evaluación de Acción*), una matriz de un marco de cuatro cuadrantes, que muestra el tipo de estrategias que se necesitan (*agresivas, conservadoras, defensivas o competitivas*). Sus ejes PEEA son: *Dimensiones Internas*: Fortaleza Financiera (FF), Ventaja Competitiva (VC), y *dimensiones Externas*: Estabilidad Entorno (EE), y Fortaleza de la Industria (FI). Ambas se consideran determinantes de la posición estratégica global. En la adaptación del modelo PEEA, este diagnóstico sustituye la variable interna Fortaleza Financiera (FF) por Fortaleza Turística (FT), el resto de cuadrantes se mantienen fiel al modelo original.

¹⁶³ El Sistema Bidimensional Cartesiano, son unas coordenadas usadas para la representación gráfica de una función (*geometría analítica*), o del movimiento o posición (*física, ciencias sociales*), se denomina plano cartesiano, ya que fue René Descartes quien lo utilizó de manera formal. El punto de corte de las rectas es el origen del sistema. Al eje horizontal o *abscisas* se le asigna los números enteros **X**; y al eje vertical o de las *ordenadas* se le asignan los números enteros **Y**. Al cortarse las dos rectas, dividen al plano en cuatro regiones o zonas, que se conocen con el nombre de cuadrantes.

Este instrumento de análisis *PEEAT* con sus resultados, permite que las estrategias obtenidas en la matriz FODA, sean afinadas y enriquecidas. Ambas herramientas tienen su punto de partida en los datos que en su mayoría son obtenidos de la *MEFI* y *MEFE* desarrollados en el diagnóstico de esta consultoría. Para la construcción de la matriz *PEEAT*, la tabla 52 presenta una lista que contiene una serie variables con sus respectivas evaluaciones ponderadas, atendiendo las dimensiones internas y externas, divididos en el marco de los cuatro cuadrantes.

Tabla 52. Lista de variables según las dimensiones internas y externas de la matriz *PEEAT*¹⁶⁴

POSICIÓN ESTRATÉGICA Y EVALUACIÓN DE ACCIÓN TURÍSTICA (<i>PEEAT</i>)			
DIMENSIONES INTERNAS			
VENTAJA COMPETITIVA (<i>VC</i>) -X	Valor	FORTALEZA TURÍSTICA (<i>FT</i>) Y	Valor
1. Destino turístico cultural	-1	1. Reconocido por su cultura <i>Náhuat-Pipil</i>	5
2. Un municipio artesanal a nivel país	-1	2. Riqueza cultural: Tangibles e intangibles	5
3. Diferenciación turística	-3	3. Artesanía <i>Náhuat-Pipil</i> (<i>madera y mimbre</i>)	6
4. Organización <i>Turismo y cultura</i>	-1	4. Se encuentra dentro de Ruta de Las Flores	2
5. Estrategia sostenibles al legado cultural	-2	5. Mercado Nocturno gastronomía autóctona	5
6. Incremento de oferta de atracciones turísticas	-3	6. Imagen turística y marca bien consolidada	3
7. Segmentación de mercado turístico	-2	7. Cultura y turismo estimulan el destino	4
8. Capital humano, experiencia y conocimiento	-2	8. Fuerte identidad comunitaria <i>Náhuat-Pipil</i>	6
9. Cooperación Turismo, cultura y comunidad	-1		
10. Cultura <i>Náhuat-Pipil</i> como atractivo turístico	-3		
Suma	-19	Suma	36
Promedio (<i>VC</i>)	-1.9	Promedio (<i>FT</i>)	4.5
DIMENSIONES EXTERNAS			
ESTABILIDAD ENTORNO (<i>EE</i>) -Y	Valor	FORTALEZA INDUSTRIA (<i>FI</i>) X	Valor
1. <i>Ley de Cultura</i> , aviva el turismo cultural	-2	1. Turismo Cultural mejora calidad de vida	6
2. Cambio climático ocasiona interés Turismo C.	-3	2. Iniciativas y alianzas turísticas	4
3. Turismo y tecnología, el mismo camino	-3	3. El turismo es un atenuante de pobreza	6
4. Deterioro identidad cultural	-1	4. El turismo sigue creciente y optimista	4
5. El turismo virtual, sin viajar a destinos	-5	5. Ampliación-diversificación turística	4
6. Mayor influencia de cultura en el turismo	-2	6. Lanzamientos mercados nocturnos	3
7. Réplica de modelos de Turismo Cultural	-3	7. Productos turísticos <i>Vrs</i> entretenimientos	3
8. Inseguridad, reduce el flujo turístico	-1	8. Fortalecimiento de turismo interno	5
9. Iniciativas de revitalización de <i>Náhuat-Pipil</i>	-2	9. Marca País, fomenta turismo	4
Suma	-22	Suma	39
Promedio (<i>EE</i>)	-2.4	Promedio (<i>FI</i>)	4.3
RESULTADO DE POSICIÓN ESTRATÉGICA TURÍSTICA			
Eje	Combinación de dimensiones	Resultados de matriz	
X	VC + (FI)	-1.9 + (4.3) =	2.4
Y	FT + (EE)	4.5 + (-2.4) =	2.1

Fuente: elaboración propia, con la participación del Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco

¹⁶⁴ La herramienta *PEEAT* se adapta al Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, su estudio y análisis se fundamenta en información obtenida de la investigación diagnóstica de esta consultoría y con la experiencia participativa de las autoridades turísticas del municipio.

Una vez obtenido el resultado PEEAT, se establece el cuadrante sobre al cual se dirigen las estrategias que fortalecerán el Sistema Turístico de Nahuizalco (*Ver tabla 53*).

Tabla 53. Matriz PEEAT del Sistema Turístico de Nahuizalco

POSICIÓN ESTRATÉGICA Y EVALUACIÓN DE ACCIÓN TURÍSTICA (PEEAT)			
DIMENSIONES INTERNAS			
<p><i>Segundo cuadrante (II)</i> CONSERVADOR</p> <p>EVALUAR SITUACIÓN ACTUAL Implica permanecer dentro de las habilidades básicas turísticas, sin tomar riesgos excesivos, una penetración moderada en el mercado, es decir, debe ser cautelosa en sus estrategias.</p> <p>VENTAJA COMPETITIVA (VC)</p> <p>-X</p>		<p>FORTALEZA TURÍSTICA (FT) Y</p> <p><i>Primer cuadrante (I)</i> AGRESIVO</p> <p>MAGNIFICA POSICIÓN Excelente posición de <i>utilizar las fortalezas internas</i> con el objeto de <i>aprovechar las oportunidades externas</i>; <i>vencer las debilidades internas</i> y eludir las amenazas externas.</p> <p>(2.4, 2.1)</p>	
<p><i>Tercer cuadrante (III)</i> DEFENSIVO</p> <p>POSICIÓN COMPETITIVA DEBIL El Comité de Desarrollo Turístico debería tratar de <i>mejorar las debilidades internas</i> y de <i>evitar las amenazas externas</i>.</p> <p>ESTABILIDAD ENTORNO (EE)</p> <p>-Y</p>		<p>FORTALEZA INDUSTRIA (FI) X</p> <p><i>Cuarto cuadrante (IV)</i> COMPETITIVO</p> <p>FUERTE POSICIÓN COMPETITIVA Indica <i>estrategias de tipo competitivo</i> que incluye integración horizontal, penetración y desarrollo en el mercado, desarrollo del producto y asociación.</p>	
DIMENSIONES EXTERNAS			
RESULTADO DE POSICIÓN ESTRATÉGICA TURÍSTICA			
Eje	Combinación de dimensiones	Resultados	POSICIÓN ESTRATÉGICA
X	VC + (FI)	2.4	AGRESIVA
Y	FT + (EE)	2.1	

Fuente: elaboración propia, con la participación del Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco

INTERPRETACIÓN

El vector direccional apunta hacia el primer cuadrante *Agresivo* o cuadrante superior derecho, lo que implica que el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, se encuentra en ***una excelente posición turística***, en la que sus autoridades formularán estrategias con una propuesta de fortalecimiento encaminadas a utilizar fortalezas internas, aprovechar las oportunidades externas; vencer debilidades y eludir las amenazas de la industria turística.

3.6.4 Análisis de Brecha (GAP) del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco

El análisis de brechas (*GAP traducida al inglés*) es un modelo que permite comparar la condición real de la actividad turística de Nahuizalco y su práctica potencial.¹⁶⁵ En esencia, responde a dos interrogantes: *¿En qué situación se encuentra el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco? (El estado actual)* y *¿En dónde se debe encontrar? (Una declaración a futuro por los actores y turistas)*. Este modelo es conocido como un *análisis de necesidades*, lo que en principio básico es: encontrar soluciones a problemas para fortalecer el desempeño del Sistema Turístico de Nahuizalco (*PROPUESTA*).

Este modelo de análisis de brechas es más orgánico que el estudio FODA que solamente se ocupa de visualizar Fortalezas y Debilidades (*Análisis Interno*), como de Oportunidades y Amenazas (*Análisis del entorno o externo*). El análisis de brechas orienta una apreciación conceptual sobre las dolencias y plasmar la propuesta de soluciones posibles (*PROPUESTA DE CONSULTORÍA*), la que debe contener estrategias, acciones y medidas necesarias para fortalecer las brechas entre uno y otro escenario. Además debe considerarse para las autoridades turísticas de Nahuizalco; una oportunidad de mejora del desempeño del Sistema Turístico.

El proceso GAP consiste en examinar el rendimiento actual y real de la práctica turística de Nahuizalco (*resultados de este diagnóstico*), los que son comparados con la actividad deseada.¹⁶⁶ Este análisis se ha realizado a nivel estratégico con profundidad en algunos aspectos operativos del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, atendiendo los objetivos propuestos por esta consultoría. Obteniendo como resultado: ideas a evaluar, soluciones de fortalecimiento turístico que implementar y la mejora del desempeño en general mediante buenas prácticas.

El análisis de brechas del Sistema Turístico de Nahuizalco contienen los componentes:

- 1) Síntesis descriptiva de la condición actual del Sistema Turístico de Nahuizalco, identificando (*Análisis Interno y Externo*) y las perspectivas e interrogantes del futuro.
- 2) Identificación y descripción de la brecha, antes de encontrar modos de remediarla.
- 3) Se elabora lista de las posibles soluciones (*acciones y mejoras propuestas*) para cubrir la brecha entre las condiciones actuales de Nahuizalco y su fortalecimiento turístico.

La tabla 54 determina el análisis de brecha (GAP) del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.

¹⁶⁵ ¿Qué significa análisis GAP?, Esta herramienta de evaluación o análisis a través de su propuesta es muy efectivo, que compara las expectativas de un ofrecimiento de servicio de consultoría con la experiencia real.

¹⁶⁶ Se puede realizar para evaluar de manera comparativa los resultados promedio en relación con la industria turística, para encontrar algunas brechas en el rendimiento respecto a la competencia en la rama de turismo. El proceso básico se mantiene y la meta será encontrar una brecha y trabajar para cerrarla.

Tabla 54. *Análisis de brechas (GAP por sus siglas en inglés) del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*¹⁶⁷

Áreas Turísticas Culturales Estratégicas		Condición Actual ¹⁶⁸ <i>¿En dónde está actualmente el STC de Nahuizalco?</i>	Expectativa a Futuro ¹⁶⁹ <i>¿En dónde se debe encontrar?</i>	PROPUESTA (<i>BRECHA</i>) Fortalecimiento Turístico Cultural <i>Náhuat-Pipil</i> ¹⁷⁰
Cultura <i>Náhuat-Pipil</i>		La cultura <i>Náhuat-Pipil</i> ejerce influencia sobre el funcionamiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, la que resulta difícil de identificar y captar de forma comprensiva.	Se debe tener conciencia de su comprensión, además de experiencia en lo cultural más que conocimientos de técnicas de gestión turísticas refinadas.	La cultura <i>Náhuat-pipil</i> debe describir de forma precisa: tradiciones, costumbres y prácticas indígenas que forman las condiciones básicas de la vida de sus habitantes.
Dificultad relacional entre <i>Turismo y Cultura</i>		Las autoridades turísticas de Nahuizalco, perciben el <i>turismo</i> y la <i>cultura</i> como dos aspectos separados del destino turístico.	La combinación de <i>turismo</i> y <i>cultura</i> es un motor potente para la economía de Nahuizalco, en donde la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> es su principal materia prima.	Organizar, proteger y conservar la relación <i>cultura</i> y <i>turismo</i> , permitiendo oportunidades para sus habitantes, mediante conservación del patrimonio y aumentar ingresos económicos.
Sistema Turístico Cultural (<i>STC</i>)		El casco urbano de Nahuizalco, orienta su principal actividad económica a la industria turística, primordialmente al turismo cultural, la que descansa en un Sistema Turístico.	La práctica turística de Nahuizalco, así como sus relaciones, sinergias y divergencias; será visualizada como una idea de Sistema Turístico Cultural (<i>STC</i>). Un enfoque de la suma de todas las posibles relaciones e interacciones.	Adaptación de un modelo de fortalecimiento <i>turístico-cultural</i> sostenible, que integre una simbiosis estratégica entre la <i>cultura</i> , el <i>turismo</i> y la <i>comunidad</i> .
Demanda Turística Cultural		Se dispone de un conocimiento incompleto e insuficiente del perfil del turista cultural de Nahuizalco (<i>real y potencial</i>). Por lo que se convierte en uno de los grandes retos de las autoridades turísticas del municipio.	La demanda turística es un componente esencial para utilizar las visiones y enfoques de los visitantes quienes condicionan claramente el tipo de oferta a comercializar, el volumen de negocio y un determinando tipo de mercado concreto.	Es preciso hacer una descripción de los turistas y su comportamiento en el mercado turístico cultural de Nahuizalco (<i>Demanda Real</i>) y de la Ruta de Las Flores a la que pertenece (<i>Demanda Potencial</i>).
Competitividad turística		Las autoridades de Nahuizalco como destino, no cuentan con una visión del poder competitivo cultural que revele ventajas comparativas y competitivas.	Los destinos con turismo cultural, deben buscar estrategias de diferenciación, la identidad de los pueblos es una variable estratégica de ventajas competitivas sostenibles.	Crear una estrategia o modelo con visión de competitividad, en donde Nahuizalco tenga capacidad de alcanzar sus objetivos o desempeño turístico superior al promedio de forma sostenible.
Marca Municipio		Cuenta con distintivo turístico de la marca municipio que se refuerza con el slogan: <i>Tradiciones y cultura que te encantarán</i> , por los que se podrá identificar y diferenciar a Nahuizalco.	Nahuizalco debe trazar objetivos desafiantes con su marca Municipio. <i>¿A qué aspiran las autoridades turísticas cuando se trata de experiencia turística cultural por sus visitantes?</i>	Una política de fortalecimiento turístico cultural con una visión clara en desafíos/retos, donde la marca municipio de Nahuizalco debe ser la mejor proveedora de experiencia para sus visitantes.
Determinantes de la Oferta Turística	Destino	La <i>cultura</i> no se encuentra como producto turístico en la base de las motivaciones que impulsan el viaje, dentro de un enfoque de proceso que incluyen <i>prácticas culturales</i> .	Constituye el componente central de su <i>Sistema Turístico</i> . Su <i>atractivo</i> se transforma en un destino por el papel crucial de la <i>cultura Náhuat-Pipil</i> como recurso turístico.	Políticas (<i>estrategias, métodos y técnicas</i>) de Fortalecimiento de Las determinantes de la Oferta Turística Cultural <i>Náhuat-Pipil</i> .
	Recursos	El Sistema Turístico debe tener una mejor imagen y referencia bien consolidada; centrando su atención en la <i>cultura como un valor intrínseco de sus recursos</i> .	Los <i>recursos turísticos o atractivos</i> , constituyen un componente central del turismo cultural y son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística en Nahuizalco.	
	Producto	El patrimonio de este histórico municipio es un recurso susceptible de convertirse en un producto para el consumo cultural.	Nahuizalco ofrece más que un bien físico en concreto, sino una serie de experiencias culturales que se esperan vivir	
	Mercado	Nahuizalco cuenta con un mercado turístico <i>genérico</i> , a pesar que los visitantes buscan este municipio motivados por sus atractivos culturales.	La práctica turística de Nahuizalco orienta a turismos específicos que segmenta su mercado turístico.	
	Patrimonio Cultural	Limitado conocimiento y gestión de su <i>patrimonio histórico cultural</i> . Donde los valores culturales y sus manifestaciones prestan poco atención hasta por los mismos habitantes.	Un modelo de gestión <i>turístico-cultural</i> que incorpore criterios de <i>sostenibilidad</i> que garanticen la conservación y transmisión de bienes y expresiones más allá de su aprovechamiento inmediato.	
	Actores	Atendiendo la naturaleza del turismo cultural de Nahuizalco, no se identifican y delimitan a los actores turísticos claves.	El conocimiento sobre los actores que intervienen y de sus relaciones en el desarrollo turístico de Nahuizalco, es un elemento de importancia trascendental para la gestión del turismo.	
	Gobernanza	Los agentes turísticos no tienen los mismos puntos de vista y es distinta la posición de los actores públicos y privados.	Existencia de una política turística cultural, en labor de coordinación y gestión de las interdependencias entre turismo y cultura.	

Fuente: elaboración propia, con la participación del *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco (CDT)* y *Comité de Competitividad Municipal (CCM)*.

¹⁶⁷ El análisis GAP se orienta por lo cualitativo (*por medio de declaraciones de actores y turistas*), atendiendo la naturaleza de esta consultoría con especial énfasis en las debilidades y estrategias identificadas en la matriz FODA. Los datos y resultados necesarios son obtenidos directamente de este diagnóstico de consultoría.

¹⁶⁸ Comienza con una introspección a través de una lista de todos los aspectos que se quieren fortalecer en el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, atendiendo los objetivos de esta consultoría.

¹⁶⁹ Representa la condición ideal de STC de Nahuizalco fortalecido. Por la naturaleza de esta consultoría se fundamenta en los determinantes de la oferta y perfil de la demanda turística.

¹⁷⁰ El análisis de brechas debe incluir todos los atributos ideales que se desean fortalecer, mejorar o el aprovechamiento de oportunidades. *Fundamento Técnico de la Propuesta de esta Consultoría*.

3.7 Respuestas o refutaciones a las hipótesis formuladas en la consultoría

Después de haber recorrido la mayor parte de este diagnóstico, analizando su metodología y estrategias, sobre todo el estudio a profundidad de la práctica turística de *Nahuizalco* (*Caracterización municipal, riqueza e impacto cultural, tejido productivo y empresarial*), las variables del entorno en su análisis externo, una rigurosa radiografía del análisis interno (*Demanda, destino, recursos, atractivos, productos, actores, gobernanza, otros*); su sistema turístico y competitividad. Esta investigación requiere dar respuesta a las hipótesis formuladas en su marco referencial (*Ver capítulo I*), las que han sido guías o explicaciones *tentativas*, o respuestas provisionales a las preguntas sobre la realización de esta consultoría sobre el fortalecimiento del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*.

La formulación de hipótesis depende del *enfoque y alcance* inicial de la investigación, por lo que esta consultoría considera apropiada describir brevemente las características metodológicas de este estudio (*Ver Tabla 55*)¹⁷¹. Como se aprecia se tiene un enfoque mixto entre lo *cuantitativo y cualitativo*, su *alcance* entre otros es *correlacional y explicativa*, sobre esta base metodológica y atendiendo la naturaleza de esta consultoría se formularon hipótesis de carácter cualitativo, las que con sus respuestas ampliarán conocimiento, mediante la investigación de campo y el análisis de resultados de las entrevistas realizadas.

Estas hipótesis de carácter cualitativo dentro de la consultoría, es una posibilidad en la manera que se percibe el *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, por lo tanto debe tener una respuesta cualitativa para contrastar, no corresponde a la estructura de una hipótesis cuantitativa, ya que no hay prueba de hipótesis utilizando procedimientos estadísticos¹⁷²; y deja la posibilidad de nuevos hallazgos o respuestas a posibles significados no previstos en la investigación.

¹⁷¹ Las hipótesis constituyen instrumentos poderosos para el avance del conocimiento, en toda pregunta de investigación ha de haber un vacío de conocimiento, esta exige una respuesta, la que deviene la experiencia o investigación de campo mediante las entrevistas. En principio *tentativas* y luego contrastadas empíricamente.

¹⁷² La selección del procedimiento estadístico para probar hipótesis no depende de preferencias del investigador, están en función de aspectos como: *El tipo de variables* (Cualitativas o cuantitativas...continuas o discretas); *escala de medición* (Nominal, ordinal y de intervalo); *tamaño de muestra*, *tipo de correlación* (Lineal o no lineal) y *tipo de análisis* (Bivariado, multivariado o parcial). Ver: Rojas Soriano, R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*. 38ª Edición. México D.F. México: Editorial Plaza y Valdés, S.A. de C.V. P.270.

Tabla 55. Características de la metodología de investigación realizada en Nahuizalco

Características de la investigación	Descripción de la metodología y sus características	
Enfoque	Es utilizado un híbrido entre lo cuantitativo y cualitativo , lo que infunda un enfoque de investigación mixto. Fundamentalmente se utiliza la práctica cuantitativa; sin embargo por la naturaleza de esta investigación requiere de elementos básicos cualitativos que lo complementan, sobre todo en la recolección de datos sin medición numérica; como las entrevistas estructuradas y participativas.	
Alcance	Esta consultoría tiene los siguientes alcances de investigación: Explorativa, Descriptiva, Correlacional y Explicativa ; esta última tendrá un valor e información de carácter explicativo, ya que busca determinar y responder cuáles son las razones o causas del potencial Turístico Cultural de Nahuizalco.	
Formulación de hipótesis	Se formulan hipótesis de investigación de carácter cualitativo , las que ampliarán conocimiento sobre la investigación de campo y análisis de resultados de entrevistas realizadas.	
Variables e indicadores	Se formulan variables correlacionales y causales (<i>según el alcance de la investigación correlacional o explicativa</i>).	
Diseño metodológico	Fundamenta su estudio en un diseño metodológico no experimental : que comprende <i>indagación conceptual</i> y exploración en campo. Unidad de análisis : actores principales del Sistema Turístico.	
Unidad de análisis y población	La población : está combinada por tres diferentes fragmentos: Demanda turística cultural : turistas reales o potenciales. Oferta turística cultural : unidades productivas ofertantes (<i>UPO</i>). Actores turísticos claves : organizados y representados por diversos sectores de unidades productivas y asociaciones participantes.	
Diseño de muestra y cálculo	Diseño : esta investigación por ser de un enfoque mayormente cuantitativo utiliza el procedimiento de Muestreo Probabilístico , sin embargo también utiliza el muestreo no probabilístico intencional . Cálculo de la muestra : Demanda turística cultural (<i>muestra para estudios sencillos</i>), y Censo para oferta turística y los actores claves.	
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS CUALITATIVOS	
	Técnica	Instrumentos
	Observación ordinaria	Diario de campo y guía de observación
	Entrevista estructurada (CCM) de Nahuizalco (UPO) Oferta Turística	Guía de entrevista Se diseñaron guía de entrevista estructurada y participativa, con el objetivo de conocer su opinión acerca del turismo cultural de Nahuizalco.
	Entrevista participativa (CDT) de Nahuizalco	
Herramientas metodológicas, en atención a la captación de la información primaria y secundaria.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS CUANTITATIVOS	
	Técnica	Instrumentos
	Encuesta turística	Instrumento: Cuestionario Se diseñó un cuestionario para medir y recolectar datos cuantitativos de la demanda turística real y potencial de Nahuizalco, está dirigido a definir el perfil del turista cultural.

Fuente: Elaboración propia

En el **Apéndice 3**, esta consultoría da respuesta a las hipótesis formuladas; redactándolas y presentándolas en extendida en narrativa.

3.8 INFORME DE DIAGNÓSTICO DE LA CONSULTORÍA

El diagnóstico es la segunda fase de este proceso de consultoría (*previo el análisis referencial y teórico*), sin embargo constituye la primera fase plenamente operativa, con un alcance que supera la simple recopilación y análisis de datos. El objetivo es examinar de forma detallada y a fondo, los problemas que desafían al *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco* y los objetivos que se pretenden alcanzar por las autoridades turísticas del municipio; con la finalidad de situar al descubierto los factores y las fuerzas que ocasionan el problema, la capacidad potencial para efectuar cambios y preparar la información necesaria para decidir cómo se ha de orientar el trabajo enfocado a la solución con eficacia, la que se circunscribe a determinados datos y se concentra de manera coherente con los objetivos de este proyecto de consultoría.¹⁷³

Ortiz. J.F. Mezquita (2006) define el *diagnóstico* en medicina clínica como: "*El arte científico de averiguar la incomodidad del paciente para indicar el pronóstico e instituir la terapéutica médica; donde el diagnóstico y tratamiento (propuesta) son los dos actos esenciales de la práctica médica*" (p.246). Por analogía en el mundo de la consultoría, la propuesta que se materializa en el siguiente capítulo de esta consultoría, está supeditada *sine qua non*¹⁷⁴ al diagnóstico turístico, ambos apartados en mención son el fin supremo de esta consultoría¹⁷⁵.

Un buen diagnóstico es pertinente para la propuesta y la eficacia de su implantación, por lo que sus resultados se convierten para el *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco* en una herramienta de evaluación turística, que permita lograr los objetivos de este proyecto de consultoría. La fase de diagnóstico termina con la emisión de un informe oficial (*previo de una serie de reuniones para su discusión y examen de las conclusiones principales, que ante un proceso largo y costoso es bien acogido por las autoridades turísticas*). En el **Apéndice 4**, se presenta un informe de diagnóstico a nivel de síntesis, que identifica: metodología, confirmación de hipótesis, si hay al descubierto nuevos problemas y posibilidades, y lo más importante; un examen de *las conclusiones principales y de las medidas esenciales de solución*. Este informe indica que la misión de consultoría continúa con el siguiente capítulo...**LA PROPUESTA**.

¹⁷³ Apoyado en Kubr Milan. (2012). *La Consultoría de Empresas: Guía para la profesión*. Organización Internacional del Trabajo. 3a.ed. (Revisada). México, D.F. Editorial Limusa S.A. Grupo Noriega Editores, p.187-228.

¹⁷⁴ *Sine qua non*, locución latina, que significa [Condición], es decir sin la cual no se efectuará una cosa.

¹⁷⁵ Un diagnóstico equivocado proporciona falsa seguridad. Por lo tanto, debe tenerse en cuenta una de las leyes de la medicina: "*Si no sabe qué hacer, no haga nada*".

TAKUTUN IV. TATAKULIS SENTIKITILIS

Nawi shiwit achtu ma ajsi ne taltikpak Alejandro Magno, ne wey tatuktiani Gordias, ne muchi kishmati, kiketztuya se ishtzukul sujsul uij ka inteaka welik kusutuma. Ne tailwilis ipal itiempoj achtuilwij ka ká weli klisutuma ne ishtzukul (ne nemi katka ilpijtuk itech se tepusti) tatekimakas ijpak Asia. Ne casoj ina ka ne ishtzukul nakak wan inteaka welik kusutuma ishta ka Alejandro Magno, ne ajsik ne techan Gordion, yajki ne teupan Zeus pal kichiwa ini wey tachiwalis. Yaja kitilan ne kwetachti, wan uni kiselij. Yaja kwalanik wan kishtij iespadaj wan kikutun yek melaktik ini ishtzukul inteyek. Ne ujti pal ma yaja kitekimaka Asia an nemia. Taika inteaka kiyultaketztuya kichiwa kiané? Anka ika uni inte uij.

*“Tejemet ken ajaka akalaktuk,
Ne teijilwia ka inte kipia at pal kiuni”.*

Hsue-Fenq

CAPÍTULO IV. PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO TURÍSTICO

Cuatro años antes de que Alejandro Magno viniera al mundo, el célebre soberano rey Gordias; había creado un nudo de tal complejidad que era imposible desatar. El oráculo de su tiempo predijo que quien lograra desatar el nudo (sujetaba un yunque) sería el dominador de toda Asia. La leyenda dice que el nudo permaneció sin deshacer hasta que Alejandro Magno, que había llegado a la ciudad de Gordion, se dirigió al templo de Zeus para intentar la gesta. Tiró de la cuerda de cuero, pero resistió a todos sus intentos. Irritado, acto seguido desenvainó la espada y cortó el insidioso nudo de un certero tajo. El camino a la dominación de Asia quedaba despejado. ¿Cómo es que no se le había ocurrido a nadie? Quizá porque era tan sencillo.

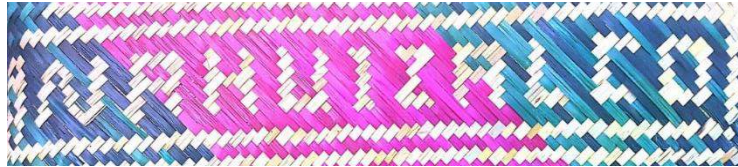
*“Somos como alguien sumergido en el agua,
que se queja de que no tiene nada que beber”.*

Hsue-Fenq

PROPUESTA

CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA
TURÍSTICO CULTURAL *NÁHUAT-PIPI*L DEL MUNICIPIO DE
NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.

Proyecto: ***SENTIKITILIS***



En consultoría, la formación y la experiencia son necesarias para
saber sobre el *qué* y *cómo* observar y pensar...

*“La observación indica cómo está el consultado,
la reflexión indica **qué** hay que hacer,
la destreza práctica indica **cómo** hay que hacerlo”*

Los consultores.



PROPUESTA DE CONSULTORÍA SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT PIPIL PROYECTO *SENTIKITILIS*



CONSULTORES

CARLOS ERNESTO LÓPEZ LAZO

ROSARIO EVELYN PERDOMO ORELLANA

MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL (MAECE)

Universidad de El Salvador, Facultad de Ciencias Económicas

Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador, C.A.

Julio 2018



MAECE



MUSEO COMUNITARIO
NÁHUAT, PIPIL
NAHUIZALCO

**MAESTRÍA
EN CONSULTORÍA
EMPRESARIAL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



Propuesta de Consultoría

Proyecto: **SENTIKITILIS**

Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil* Nahuizalco, Sonsonate



Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural
Náhuat-Pipil del municipio de Nahuizalco,
Sonsonate. El Salvador. CA.

Octubre 2017

La presente propuesta de consultoría denominada: *Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate*; se fundamenta en un modelo de fortalecimiento *turístico-cultural* sostenible, un proyecto nombrado **SENTIKITILIS**, palabra en *Náhuat-Pipil* que significa *Colaboración*; un método triangular colaborativo que integra una simbiosis estratégica que genera sinergias conjuntas entre *la cultura, el turismo y la comunidad*. La Organización Mundial de Turismo (OMT) apunta, que la creación y mejora de este desarrollo comunitario triangular; es un factor clave para el progreso sostenible de la actividad turística de un destino, en donde *la cultura* guía las actividades y experiencias de la población local y de sus visitantes, beneficiándose mutuamente en forma de intercambio cultural, económico y social.

Este documento, se convierte no solo en un instrumento de mejoras futuras para dinamizar el trabajo de las actividades turísticas del municipio de Nahuizalco, sino; como un documento técnico que gestione búsquedas de financiamiento no reembolsables ante programas de cooperación gubernamental; que permitan una gestión turística sostenible. El centro de este informe se agrupa en un conjunto de políticas, estrategias, planes, acciones y medidas en turismo cultural *Náhuat-Pipil*, que complementen y fortalezcan la **Línea Estratégica de Nahuizalco (LE:2) denominada "Fortalecimiento de la Actividad turística"**; logrando con ello; el beneficio, sustento y desarrollo *económico-social*, que mejoren la calidad de vida de todos sus habitantes.



PROPUESTA DE CONSULTORÍA

SENTIKITILIS

TABLA DE CONTENIDO

I. GENERALIDADES DE CONSULTORÍA	1
II. CONTEXTO INTRODUCTORIO	1
III. PRESENTACIÓN	2-3
IV. ANTECEDENTES	4-5
V. JUSTIFICACIÓN	6-7
VI. MARCO JURÍDICO Y TÉCNICO	7-11
1. Marco jurídico	7
2. Documentación técnica en turismo cultural	9
3. El turismo cultural dentro del Plan Nacional de Turismo	11
VII. ALCANCE	12
VIII. FUNDAMENTO FILOSÓFICO TURÍSTICO CULTURAL	12-14
1. Declaración de Visión turística cultural de Nahuizalco	12
2. Declaración de Misión de la actividad turística	13
3. Principios de la práctica turística cultural	13
4. Fundamentos éticos	14
IX. OBJETIVOS DE PROPUESTA	15
1. Objetivo General	15
2. Objetivos Específicos	15
X. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS	16-17
1. Sostenibilidad del turismo cultural Náhuat-Pipil	16
2. Gestión del turismo cultural	16
3. Investigación de mercados turísticos	16
4. Diseño del producto turístico cultural	17
5. Participación de las comunidades	17
6. Formación del talento humano en turismo cultural	17
7. Información del turismo cultural al turista y/o visitantes	17
8. Mercadeo y promoción del turismo cultural	17
XI. MARCO TEÓRICO	18-21
1. Turismo cultural: una oportunidad para el desarrollo de Nahuizalco	18
2. Cultura Náhuat-Pipil: identidad, diversidad y cambio	18
3. Comunidad de Nahuizalco, turismo y desarrollo	19
4. ¿Por qué fortalecer el turismo cultural en Nahuizalco?	19
5. Criterios y definiciones de consultoría	19
6. Objetivos estratégicos en la formulación de Políticas Turísticas Culturales	21

XII. MODELO FORTALECIMIENTO TURÍSTICO CULTURAL “SENTIKITILIS”	22-30
1. Turismo Cultural Sostenible.....	22
2. Colaboración triangular: <i>turismo, cultura Náhuat-Pipil y comunidad</i>	23
3. Propuesta turística cultural bajo el modelo de los tres círculos.....	26
4. Consideraciones críticas para el éxito del modelo de fortalecimiento turístico.....	28
XIII. ESTRATÉGIAS DE FORTALECIMIENTO TURÍSTICO CULTURAL	30-80
1. MARCO INTRODUCTORIO	30
2. POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN TURISMO-CULTURA	32
2.1 Principios turísticos culturales.....	32
2.2 Código ético para el turismo cultural.....	34
2.3 Preceptos jurídicos nacionales de turismo y cultura.....	36
2.4 Nahuizalco y su dificultad relacional entre el <i>turismo</i> y la <i>cultura</i>	37
2.5 Organización de la actividad turística cultural de Nahuizalco (<i>Propuesta</i>).....	41
2.6 Formación, capacitación y sensibilización en Turismo Cultural <i>Náhuat-Pipil</i>	42
3. POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN TURISMO-COMUNIDAD	43
3.1 <i>¿Quiénes son los turistas culturales de Nahuizalco?</i> Estudio de su perfil.....	43
3.2 Propuesta de Modelo de competitividad turística cultural de Nahuizalco.....	47
4. POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN CULTURA-COMUNIDAD	56
4.1 Identificación de las determinantes de la Oferta Turística Cultural de Nahuizalco.....	56
4.2 Nahuizalco un destino turístico de base cultural <i>Náhuat-Pipil</i>	58
4.3 Los recursos turísticos-culturales.....	61
4.4 Productos del Turismo Cultural de Nahuizalco.....	65
4.5 Mercado turístico cultural de Nahuizalco.....	69
4.6 El patrimonio cultural histórico como uso turístico.....	73
4.7 Los actores del turismo cultural de Nahuizalco.....	76
XIV. SOSTENIBILIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS DEL TURISMO CULTURAL	80-86
1. Planificación del desarrollo turístico cultural sostenible.....	81
2. Principios del Turismo Cultural Sostenible.....	81
3. Sostenibilidad del turismo cultural de Nahuizalco y los ODS.....	83
4. Componentes que integran el turismo cultural sostenible de Nahuizalco.....	84
5. Buenas prácticas para el turismo cultural sostenible.....	86
XV. REFLEXIONES SOBRE LA PRÁCTICA TURÍSTICA DE NAHUIZALCO ...	87-90
1. Patrimonio Cultural Inmaterial: <i>oportunidades turísticas para Nahuizalco</i>	87
2. Estrategias para fortalecer el modelo propuesto <i>SENTIKITILIS</i>	89
3. Sistema de políticas turísticas culturales.....	90
XVI. FACTORES CLAVES PARA EL ÉXITO Y ASEGURAMIENTO	91-92
XVII. PARTICIPANTES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA	92
XVIII. RECONOCIMIENTO DE PROPUESTA POR PARTE DE NAHUIZALCO ..	93-95

ANEXOS

PROPUESTA DE CONSULTORÍA **PROYECTO SENTIKITILIS**

“FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII DEL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE, EL SALVADOR”

I. GENERALIDADES DE CONSULTORÍA

Objetivo	Promover estrategias que fortalezcan la práctica turística del municipio, aprovechando de forma competitiva, sostenible y de forma creciente; el potencial de la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> , como un eje que permita dinamizar el beneficio, sustento y desarrollo económico-social, siendo un atenuante de pobreza, que mejore la calidad de vida de sus habitantes, y ser una alternativa turística diferenciadora de la <i>Ruta de Las Flores</i> y <i>Ruta Náhuat Pipil</i> a nivel nacional e internacional.
Área de Experticia	Turismo Cultural <i>Náhuat-Pipil</i>
Período de Diagnóstico	Octubre 2015 a Marzo 2017
Tiempo de la Consultoría	Periodo de consultoría (Septiembre 2015 a Octubre 2017)
Autoridad Responsable	Asociación de Desarrollo Turístico (ADT) de Nahuizalco
Lugar de destino	Casco Urbano Histórico Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador
Nombre de Proyecto	<i>SENTIKITILIS</i> ¹

II. CONTEXTO INTRODUCTORIO

El informe de diagnóstico turístico precedido en capítulo anterior, ha sido fundamental para formular la presente propuesta de consultoría, identificando la metodología, conclusiones principales, medidas y acciones esenciales de solución de la práctica turística de Nahuizalco, indicando que la misión de consultoría continúa con el siguiente planteamiento de PROPUESTA. Este documento permite a las autoridades de Nahuizalco, el fortalecimiento del *Sistema Turístico Cultural*, con la que se aprovechen de forma competitiva y sostenible el potencial de la cultura *Náhuat-Pipil*; logrando con ello el beneficio, sustento y desarrollo económico-social, que mejoren la calidad de vida de sus habitantes.

Este documento, se convierte no solo en un instrumento de mejoras para dinamizar el trabajo de las actividades turísticas del municipio de Nahuizalco, sino; como un documento técnico que gestione búsquedas de fondos de financiamiento no reembolsables, ante programas de cooperación gubernamental; que permitan una gestión turística sostenible. La médula de este informe se concentra en un conjunto de políticas, estrategias, acciones y medidas en turismo cultural sobre la que fundamenten entre otros: la relación estratégica de los actores de turismo y cultura, la construcción de la oferta en la que fundamenten el origen de sus determinantes, partiendo de la prescripción de un perfil de turista cultural, además de la sugerencia de programas-planes que complementen y fortalezcan la Línea Estratégica de Nahuizalco (LE:2) denominada *“Fortalecimiento de la Actividad turística”*.

¹⁷⁶ Palabra en *Náhuat-Pipil* que significa *Colaboración*, un método triangular colaborativo que integra una simbiosis estratégica que genera sinergias conjuntas entre la cultura, el turismo y la comunidad.



III. PRESENTACIÓN

Ciudad de Nahuizalco, Sonsonate; 3 de Julio 2018.

Respetables Autoridades Turísticas de Nahuizalco:

- **Comité de Desarrollo Turístico (CDT)**
- **Comité de Competitividad Municipal (CCM)**
- **Representante de las Unidades Productivas Ofertantes (UPO)**
- **Casa de la Cultura de Nahuizalco**
- **Comunidad Artesanal *Náhuat-Pipil***

Presentes:

Este informe detalla la propuesta que encamina a la solución de la problemática planteada sobre el proyecto demonizado “**CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL *NÁHUAT-PIPI*L EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE**”. Un documento sintetizado en un conjunto de políticas turísticas culturales, como resultado de un diagnóstico oportuno, que permitirá fortalecer la práctica del turismo cultural del municipio como destino, aprovechando de forma competitiva, sostenible y creciente, el potencial de la cultura *Náhuat-Pipil* como alternativa turística diferenciadora, que facilite mejorar la calidad de vida de su población.

El turismo cultural de Nahuizalco está experimentando un crecimiento en los últimos años, cada vez es más frecuente que turistas y excursionistas busquen disfrutar y sentirse más cerca de la cultura *Náhuat-Pipil*, de la que quieren conocer, aprender y entender las formas de vida de la población de origen indígena, además de participar de sus costumbres y tradiciones que reflejan la identidad cultural de todo el país, lo que se logra con la interacción con la comunidad. En este contexto, la relación entre *turismo y cultura* es un motor de promoción y conservación del patrimonio cultural, ofreciendo oportunidades para identificar determinantes de oferta turística, el perfil de su demanda y modelos de competitividad, que logren crear empleos, generar ingresos e incluso recuperar actividades tradicionales y costumbres perdidas, contribuyendo a enriquecer la misma identidad cultural *Náhuat-Pipil*.

Este proyecto como propuesta de consultoría se denomina ***SENTIKITILIS*** (*palabra Náhuat-Pipil, que significa Colaboración*), porque se fundamenta en un modelo colaborativo de fortalecimiento *turístico-cultural* sostenible, mediante una simbiosis estratégica que genera sinergias conjuntas entre la *cultura, el turismo y la comunidad Pipil*. Este desarrollo comunitario triangular, es un factor sostenible de la actividad turística de Nahuizalco; en donde la cultura *Náhuat-Pipil* guía las actividades y experiencias de la población y de sus visitantes, beneficiándose mutuamente en forma de intercambio cultural, económico y social. Esta propuesta incorpora dentro del modelo señalado, estrategias para el desarrollo y promoción del turismo que busca la participación directa de las comunidades, incentivando la generación de emprendimientos y actividades culturales, creando una oferta turística que logren profundizar sentimiento de orgullo y pertenencia, generando nuevos empleos y oportunidades para el futuro.



Esta propuesta de consultoría, expresa las siguientes consideraciones:

- Se presenta a las autoridades turísticas de Nahuizalco una propuesta estratégica de fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil*, documento sintetizado en un conjunto de políticas turísticas culturales.
- Se conforma un conjunto de políticas turísticas y acciones de buenas prácticas que dictaminan y recomiendan acorde a los resultados de diagnóstico, en la que las autoridades turísticas de Nahuizalco, según su experiencia, pericia y buen criterio, podrán implementar o no; dentro de su gestión turística como línea estratégica municipal.
- Esta propuesta refleja un espíritu de desarrollo socialmente inclusivo, bajo los lineamientos a largo plazo de los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS), que facilitan la creación de políticas turísticas que se encaminan a los sectores más vulnerables de Nahuizalco.
- Los componentes de esta propuesta no implican de forma alguna, administración, operación o aplicación directa en el Sistema Turístico del Municipio de Nahuizalco. Los dictámenes y recomendaciones proporcionados por los consultores; deben tener sentido de aplicabilidad y practicidad inmediata de acuerdo a las necesidades que consideren las autoridades turísticas, de tal manera que efectivamente se logren los beneficios y objetivos de esta consultoría.
- La implementación de acciones de mejora desde el diagnóstico y componente de propuesta serán atribuidos al proyecto, por lo que se establece que los resultados son de responsabilidad compartida en caso de aplicarse; en el caso de los consultores proporcionar dictámenes de diagnóstico y recomendaciones de propuesta que tengan sentido práctico turístico cultural; y de parte de las autoridades turísticas responsabilidad en aplicar o no estos instrumentos y resultados de consultoría con el objetivo de lograr los resultados turísticos propuestos.
- Los consultores han capacitado en turismo cultural a los actores claves turísticos del municipio y suministrado una serie de documentos, manuales e instrumentos correspondientes y recibidos a satisfacción por los actores turísticos claves.
- Las autoridades turísticas se comprometen en guardar y mantener el cumplimiento de los derechos intelectuales de todo tipo de información que obtengan de los consultores MAECE, la que será tratada con absoluta discreción y no podrá ser utilizada por terceros.
- Si como autoridades turísticas decidieran, no implementar alguna de las recomendaciones generadas en la presente propuesta, se concibe y admite el impacto que esta decisión presenta en el logro de los objetivos planteados por el proyecto de consultoría, limitando la responsabilidad de los consultores al logro de aquellos beneficios alcanzables con la implementación íntegra de esta propuesta en forma.

Con la confianza en que esta propuesta, ampliamente discutida con las autoridades turísticas de Nahuizalco, sea una fuente primordial de conocimientos estratégicos para los actores claves en la práctica turística y que encontrarán en ella un marco de referencia general para la creación de normas y directrices en lo que se refiere a la gestión del turismo cultural con un enfoque inclusivo, puesto que incide en la comunidad *Náhuat-Pipil* en su desarrollo económico-social.

Los consultores:


MSc. y Lic. Carlos E. López Lazo
Maestranter en Consultoría Empresarial (MAECE)


Ing. Rosario Evelyn Perdomo Orellana



IV. ANTECEDENTES

La propuesta de esta consultoría, surge a partir de un marco teórico y referencial, juntamente con el análisis de los resultados del diagnóstico del Sistema Turístico de Nahuizalco, relacionadas con los temas del turismo y cultura *Náhuat-Pipil*, los alcances del turismo cultural, e interrelacionando las experiencias de actores claves del municipio, mediante la cooperación y el diálogo entre la población. Esta propuesta (*estrategias o alternativas*) permitirá fortalecer la práctica turística del municipio como destino, aprovechando de forma competitiva y sostenible el potencial de la cultura *Náhuat-Pipil* como alternativa turística diferenciadora. Un eje turístico que dinamizará como atenuante de pobreza, el beneficio, sustento y desarrollo económico-social; que mejoren la calidad de vida de sus habitantes.

Nahuizalco, es un pueblo culturalmente histórico con amplias ventajas comparativas y competitivas en atributos y características relacionadas con los atractivos culturales. Es un municipio ubicado entre cerros y coloridas montañas; pleno de historia, costumbres y leyendas. Esta cuna cultural *Náhuat-Pipil* está representada por: recursos naturales que imponen su belleza, infraestructuras coloniales, laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbre para sus artesanías, pobladores fieles a sus costumbres religiosas y atención cálida con sus visitantes; que junto a sus *tradiciones y cultura*, hacen de Nahuizalco un verdadero corazón turístico. La cultura *Náhuat-Pipil* se fundamenta en las condiciones básicas de la vida cotidiana de sus habitantes; incluidas sus infraestructuras, su medio ambiente natural, el clima y las formas de ganarse la vida de las personas; así como su patrimonio histórico que tiene como referente los sucesos de *la matanza de indígenas campesinos de 1932*; todo esto se expone en su museo que interactúa con otros pueblos circundantes y con similares culturas.

La labor de esta consultoría comenzó por medio de un *diagnóstico preliminar*, lo que constituyeron premisas provisionales que limitan la práctica turística de Nahuizalco: *Pérdida de la identidad cultural, deterioro de la Lengua Náhuat y costumbres ancestrales, inconformidad de la calidad turística, limitada generación de empleo, debilitamiento de la competitividad turística cultural, insostenible desarrollo local, reducida dinámica de la oferta turística y una demanda de paso, entre otros*; las que son sustituidas por respuestas definitivas mediante el análisis de los resultados del diagnóstico turístico.

La justificación de este proyecto descansa en el interés de la práctica turística cultural, una actividad de especial interés para el sustento y desarrollo territorial, económico y social de Nahuizalco. Por lo que de no fortalecer sostenible y competitivamente su Sistema Turístico Cultural, en el corto y mediano plazo; seguirán existiendo desaprovechamiento del flujo de sus visitantes, privándose oportunidad de reducir pobreza y desarrollo social de la comunidad. Por lo que su objetivo central es elaborar y presentar un documento de consultoría al Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco, como propuesta para la ejecución de actividades turísticas; que les permita aprovechar el potencial de su turismo cultural de forma competitiva y sostenible, con la finalidad de contribuir en la condición de vida de sus habitantes.



El alcance del diagnóstico realizado ha sido examinar de forma detallada y a fondo estos problemas puntualizados y los objetivos que se pretenden alcanzar por las autoridades turísticas del municipio; con la finalidad de situar al descubierto los factores y las fuerzas que ocasionan el problema, la capacidad potencial para efectuar cambios y preparar la información necesaria para decidir cómo se ha de orientar el trabajo encaminado a la solución con eficacia, la que se circunscribe a determinados datos y se concentra de manera coherente con los objetivos de este proyecto de consultoría. Su análisis se concentra básicamente en la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística de Nahuizalco como destino; analizando los componentes de su estructura, así como de su entorno cultural.

Los resultados de la evaluación diagnóstica juntamente con el análisis y síntesis de la práctica turística se orientan en las siguientes causas o hallazgos: dificultad de la relación *cultura* y *turismo*, conocimiento incompleto del perfil del turista cultural, no se advierte un modelo competitivo cultural que revele ventajas comparativas y competitivas, desconocimiento sobre actores claves, una marca municipio que se convierta en un instrumento estratégico diferenciador, no se identifican las determinantes de la oferta turística, entre otros. El análisis de estos resultados reflejan: *debilidad turística interna, oportunidades que deben aprovecharse, necesidad de establecer estrategias turísticas competitivas agresivas, que fortalezcan la práctica turística de este municipio que cuenta con una excelente posición turística.*

El turismo cultural de Nahuizalco se percibe desde perspectivas muy diferentes, los agentes turísticos no tienen los mismos puntos de vista y es distinta la posición de los actores públicos y privados. Sin embargo, se observa como un todo por el turista, por lo que resulta necesario organizar la labor de coordinación y gestión de las interdependencias entre *turismo* y *cultura*. La práctica turística de Nahuizalco, es coordinada y gestionada por el Comité de Competitividad Municipal con el apoyo del Comité de Desarrollo Turístico, ambas entidades se fundamentan en una de sus seis líneas estratégicas (LE:2): denominada “*Fortalecimiento de la Actividad Turística*”, perfil en el que descansan a nivel estratégico las directrices, planes y acciones del Sistema Turístico. Su política turística es general, donde no existen políticas específicas, requeridas por el turismo cultural *Náhuat-Pipil*.

El modelo de análisis de brechas de esta consultoría, permite comparar la condición actual de la práctica turística de Nahuizalco y su condición potencial. En esencia, responde y orienta, mediante una apreciación conceptual las dolencias y plasma la oferta de solución. En este sentido, la propuesta que encamina esta consultoría descansa en una Política de Turismo Cultural de Nahuizalco; un conjunto de acciones que impulsan a las autoridades en el ámbito de su competencia con la intención de mejorar el turismo, enfrentando los retos de los destinos, los actores y productos que permita fortalecer su práctica turística. Este documento, se convierte en un instrumento técnico de mejoras para dinamizar el trabajo de las actividades del turismo cultural del municipio; permitiendo una gestión sostenible que responda de manera transversal a los objetivos y retos de la competitividad turística cultural.



V. JUSTIFICACIÓN

Uno de los retos del país para optimizar la economía está en mejorar su crecimiento, y una hermosa oportunidad para lograrlo, está en el sector turístico. Hay diversos factores, que confían y aseguran que esta industria presenta un futuro prometedor en ingresos, empleos y número de turistas en los últimos años¹⁷⁷. A nivel mundial, El Salvador se encuentra dentro de 52 destinos turísticos a visitar, producto de la diversificación de modalidades de turismo que se expresan en la oferta turística: *Sol y Playa, Arqueológico, naturaleza, comunidades originarias, histórico cultural y artesanías*, en la que estas tres últimas pertenecen al turismo cultural. Frente a estas expectativas promisorias, existen aún oportunidades de mejora, sobre todo cuando en el gasto turístico que detona el empleo, es aún bajo; por lo que se debe seguir haciendo mejor turismo.

Nahuizalco es un municipio turísticamente cultural, se encuentra en el *corazón* del recorrido de dos principales rutas turísticas del país en la que ambas están renovando constantemente su oferta turística: “*Náhuat- Pipil*” y *Las Flores*”, este último destino base de interés nacional es el *itinerario turístico cultural y natural por excelencia*; declarada *zona de interés turístico* por el Ministerio de Turismo (MITUR), en la que busca dinamizar la actividad turística de sus municipios mediante el crecimiento, la inversión y desarrollo local¹⁷⁸. Según datos de esa cartera de Estado, más de un millón de turistas la recorren al año, generando ingresos a la economía nacional por \$20 millones de dólares anuales.

La práctica turística cultural, es una actividad de especial interés para el sustento y desarrollo territorial, económico y social de Nahuizalco, por lo que su fortalecimiento competitivo y sostenible es indispensable, ya que lograría oportunidades de superación: en términos del número de personas entre artesanos y comerciantes, que mueve y emplea en razón de las empresas que genera, y de la cantidad de recursos que moviliza. Esta consultoría proyecta un profundo interés en desarrollar competitivamente y de forma sostenible el Sistema Turístico Cultural de este municipio Pipil, que representa el motor dinamizador de su economía y atenuante de pobreza, además pretende ayudar a crear las condiciones necesarias para mejorar la calidad de vida de su población y satisfacer la demanda, en la que rescatando y manteniendo su identidad cultural ancestral, se aprovechen sus amplias ventajas competitivas.

Esta propuesta, busca estimular y dinamizar la actividad turística de Nahuizalco, fortaleciendo este sector de gran importancia, fundamentándose en buenas prácticas de gestión en turismo, que permitan explotar el potencial que posee y contribuya a reducir las fugas económicas por el desaprovechamiento de sus infraestructuras y flujo de visitantes.

¹⁷⁷ En el contexto global, el turismo se ha manifestado como la industria de más rápido crecimiento en el mundo y con amplias implicaciones en las esferas ambiental y sociocultural de los pueblos. Todas las regiones registrarán un crecimiento importante del turismo internacional y el turismo interno seguirá desarrollándose a buen ritmo.

¹⁷⁸ Desde el año 2009 se formuló la estrategia de *La Ruta de Las Flores* con el objetivo de fortalecer y promover el turismo, principalmente en los seis municipios que lo conforman. La *Asamblea Legislativa de la República de El Salvador* (2014) decreta una promoción de turismo orientada a la restauración y conservación de actividades culturales, declarando *el primer domingo del mes de octubre de cada año “Día de la Zona de la Ruta de Las Flores de El Salvador”*.



Esto implica reactivar la industria turística cultural, iniciando por una organización formal, objetiva y estratégica, que integre a los participantes de este escenario, de forma que reglamenten y promuevan el patrimonio inmaterial, así como gestionar la marca municipio, elaborar políticas internas que expongan la cultura, contar con operadores o guías capacitados y organizados, desarrollar eventos y festividades turísticas, que expongan las ventajas competitivas de sus riquezas culturales arquitectónicas; acompañado de comerciantes y artesanos como principales fortalezas. La implementación de esta propuesta evitará que sigan existiendo: fugas económicas por el desaprovechamiento del flujo de sus visitantes, privación de oportunidades de reducir pobreza producto de una práctica de turismo tradicional, escasos empleos inestables y poco cualificados, propiciando que las nuevas generaciones abonen a un clima de inseguridad; además, modernas infraestructuras enfocadas a prioridades turísticas y no en un desarrollo equilibrado con otras actividades productivas.

VI. MARCO JURÍDICO Y TÉCNICO

Para esta propuesta, se desarrolla un marco normativo jurídico y técnico que le respalda.

1. Marco Jurídico

Se detallan un conjunto de instrumentos legales en materia turística, de gestión de cultura, generación de circuitos turísticos, ordenanza municipal, y derechos de pueblos indígenas entre otros documentos que protegen y promuevan la cultura salvadoreña y práctica turística:

–Constitución de la República de El Salvador¹⁷⁹

Un instrumento jurídico que expresa: *Que es obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo. (Inciso segundo Art.101)*¹⁸⁰

–Ley de Turismo¹⁸¹

Para la práctica turística, El Salvador cuenta con una *Ley de Turismo*, la que tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país.

–Ley de Cultura¹⁸²

El contenido del cuerpo normativo fomenta: *el derecho a la cultura, la libertad de creación cultural, la cultura y participación, la protección del patrimonio cultural, el reconocimiento del castellano como la lengua oficial de El Salvador, entre otros*¹⁸³.

¹⁷⁹ Decreto Legislativo N° 38, Diario Oficial. N° 234, Tomo 281, San Salvador, El Salvador, 16 diciembre de 1983.

¹⁸⁰ Este instrumento legal infunda el derecho a la cultura (*Art. 1*), el bienestar cultural y económico (*Art. 32*) y considera las lenguas autóctonas como parte del patrimonio cultural (*Art. 62*).

¹⁸¹ Decreto Legislativo N° 899, Diario Oficial. N° 237, Tomo 369, San Salvador, El Salvador, 20 diciembre de 2005.

¹⁸² Decreto Legislativo N° 442, Diario Oficial. N° 159, Tomo 412, El Salvador, 30 agosto 2016.

¹⁸³ Los derechos culturales se reconocen como derechos humanos.



–**Día de la Zona de la Ruta de Las Flores de El Salvador**¹⁸⁴

La *Ruta de las Flores*, se ha constituido en uno de los paseos turísticos más disfrutados por las familias salvadoreñas y extranjeras, en la que se encuentran pueblos de inmensurable tradición cultural y lugares históricos. La Asamblea Legislativa de la República de El Salvador, decreta: “*Día de la Zona de la Ruta de Las Flores de El Salvador*” (2014), una promoción de turismo orientada a la restauración y conservación de actividades culturales, declarada el primer domingo del mes de octubre de cada año.

–**Ordenanza Municipal sobre derechos de las comunidades indígenas asentadas en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate**¹⁸⁵

Este instrumento jurídico se fundamenta en la Constitución de la República y la Convención Internacional para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial. Reconociendo que los pueblos indígenas de El Salvador les asiste el derecho a ser reconocidos y garantizar el respeto a sus derechos. La presente ordenanza tiene por objeto promover el desarrollo integral en lo económico, social y cultural. La Municipalidad de Nahuizalco reconoce a los pueblos y comunidades indígenas del municipio, una población predominantemente *Náhuatl-Pipil* y poseen los rasgos culturales de este histórico pueblo en sus diferentes factores como la ascendencia, el idioma, las prácticas agrícolas, las artesanías, y toda manifestación cultural¹⁸⁶.

–**Manual de derechos de los Pueblos Indígenas**¹⁸⁷

Documento que se fundamenta en el Convenio 169 OIT. Sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes, fue creado en 1989. Las necesidades fundamentales de los pueblos indígenas son: educación, salud, espiritualidad, tierra, trabajo y dignidad, así como la Participación Política. Se define como indígenas en El Salvador a las familias, grupos o individuos a título personal que reúnen estas características: un fundamento ancestral en creencias y prácticas espirituales; a los ciclos de la vida, productivos y de la naturaleza; utilización de la medicina ancestral; y un fuerte fundamento en las formas de organización socioeconómicas y espirituales; así como un factor importante es la autodeterminación de pertenecer a un pueblo indígena. Sus características más importantes:

- Hablan español como primera lengua y como Náhuatl-Pipiles, algo de su lengua Pipil.
- Se caracterizan por su marcada espiritualidad ancestral.
- Tienen ascendencia indígena comprobada.
- Son reconocidos como indígenas por otros indígenas y por los ladinos.

¹⁸⁴ Día de la Zona de la Ruta de las Flores de El Salvador. Decreto Legislativo N° 800, Diario Oficial. N° 80, Tomo 404, San Salvador, El Salvador, 3 septiembre 2014.

¹⁸⁵ Escrito textual, tomado de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco, en cooperación con: el Reino de los Países Bajos, Iniciativa Social para la Democracia (ISD), Movimiento de Unificación de Indígena de Nahuizalco y ICCO Cooperación. Octubre 2010.

¹⁸⁶ El 23 de diciembre 1994, las Naciones Unidas decidió que se celebre cada año *el Día Internacional de las Poblaciones Indígenas el 9 de agosto*. La Prensa Gráfica. *Un clamor por la identidad indígena*. Miércoles, 10 de agosto de 2016, p.17.

¹⁸⁷ Material de apoyo para la realización de talleres en las comunidades indígenas de El Salvador, preparado por el Museo de la Palabra y La Imagen (MUPI).



2. Documentación técnica en turismo cultural

Se detalla un portafolio de informes y documentos técnicos que fundamentan la relación e interacción entre turismo y cultura, que fortalece la competitividad de los destinos turísticos.

–Carta Internacional de Turismo Cultural¹⁸⁸

Documento técnico que gestiona la interacción entre el turismo y el patrimonio cultural, a nivel internacional se ha convertido en uno de los vehículos más importantes para el intercambio cultural, su conservación tiene que proporcionar oportunidades responsables y muy gestionadas a los integrantes de la comunidad anfitriona, así como proporcionar a los visitantes la experimentación y comprensión inmediatas de la cultura y el patrimonio. La Carta establece algunos principios que guían el turismo cultural.

–Código ético mundial para el turismo¹⁸⁹

Se abordan varios de los dilemas que la actividad turística plantea. Es un documento interesante que permite observar cómo se combina la idea de protección de los bienes y manifestaciones culturales con el uso turístico de los mismos. En este documento puede observarse con claridad cómo la postura es diferente desde el primer momento, cuando se habla de “*recursos turísticos*” en lugar de denominarlos *recursos culturales*.

–Impacto de cultura OCDE¹⁹⁰

Este documento ha realizado una extensa investigación sobre el papel de *la cultura y el turismo* para aumentar el atractivo de un destino y su competitividad. En este informe:

- Se fundamenta en experiencias nacionales o regionales y prácticas de destinos donde los recursos culturales son el atractivo general
- Concluye que *la cultura y el turismo* tienen una relación mutuamente benéfica que puede fortalecer el atractivo y competitividad de los destinos. *La cultura* es cada vez un elemento más importante del producto turístico que genera distinción en un mercado global. Al mismo tiempo, el turismo es un medio importante de aumentar la cultura y generar ingresos que puedan apoyar y fortalecer el patrimonio cultural. Generar una relación fuerte entre turismo y cultura puede así ayudar a los destinos a ser más atractivos además de más competitivos como lugares para vivir, visitar, donde trabajar e invertir.

¹⁸⁸ Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, ICOMOS (sigla en inglés International Council on Monuments and Sites). (1999) **Carta Internacional sobre Turismo Cultural**. La gestión del Turismo en los sitios con patrimonio significativo. Adoptada por ICOMOS en la 12ª Asamblea General en México, octubre de 1999. http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf

¹⁸⁹ Organización Mundial del Turismo (2001). **Código Ético Mundial para el Turismo**. Adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre-1 de octubre de 1999). Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, 21 de diciembre de 2001. <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>

¹⁹⁰ OECD (2009), **The Impact of Culture on Tourism**, OECD, Paris, Spanish translation by the Tourism Ministry of Mexico of pp. 375, only available on Internet. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf>



–Perspectivas de la OMT ante la relación turismo y cultura

La Organización Mundial del Turismo (OMT) advierte que existen múltiples y variadas definiciones sobre turismo cultural. En este sentido, la combinación *turismo y cultura* es un motor potente atenuante de pobreza y bienestar de los pueblos; por consiguiente, esta entidad orienta atención suprema en el análisis de las últimas tendencias del turismo internacional y su incidencia en el binomio *turismo y cultura*; estableciendo importancia en forjar *nuevos modelos de gestión y asociación para el desarrollo de un turismo cultural sostenible*.

–Primera Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura de la OMT y la UNESCO¹⁹¹

Denominada «Construir una nueva alianza», se realizó en Siem Reap (Camboya) en febrero de 2015, donde se reunieron más de 100 países, representados por 900 participantes entre ellos: ministros, expertos, agentes e invitados interesados, para subrayar la necesidad de crear un nuevo modelo (*marco de colaboración*), que incluya la participación activa de las comunidades receptoras, los visitantes y los sectores público-privado. La conferencia se centró en cómo pueden trabajar juntas las administraciones de turismo y cultura para desarrollar un marco de gobernanza idóneo para un turismo cultural sostenible.

–Modelo de Colaboración triangular OMT¹⁹²

La relación entre turismo y cultura ofrece un acercamiento inestimable al desarrollo del turismo cultural. Este documento técnico analiza la importancia de la colaboración entre tres elementos esenciales del desarrollo sostenible en los destinos turísticos: *turismo, cultura y comunidad*. Las políticas y actividades de estos elementos deben orientarse en las esferas pública y privada, a un mediano y largo plazo. Este modelo sinérgico persigue los objetivos:

- Establecer una visión integral de cómo *la cultura* contribuye al desarrollo del turismo, focalizadas en los impactos socioeconómico, cultural y ambiental.
- Analizar de forma interrelacionada los principales desafíos y oportunidades del turismo cultural (*destacando las mejores prácticas de políticas y estrategias*)
- Un marco de referencia para desarrollar directrices para los actores políticos y otras partes interesadas en el fomento del desarrollo sostenible del turismo cultural.

–Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

El turismo constituye una *relación* entre los procesos *medioambientales, culturales, sociales y económicos* refleja el *enfoque que desempeña la cultura en el CUARTO PILAR de la sostenibilidad*. Por lo tanto, el *turismo cultural sostenible* representa una oportunidad única de utilizar *la cultura* para vincular la práctica turística. El turismo sostenible no solo gira en torno a la conservación de recursos, sino que también tiene en cuenta la calidad de vida turistas y comunidad local¹⁹³.

¹⁹¹ <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune->

¹⁹² Organización Mundial del Turismo (2016), *Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*, p.25. Cfr: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>

¹⁹³ La OMT inicia el *Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo 2017*, enfatizando el inmenso potencial del turismo en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)



–Turismo naranja, una forma distinta de percibir el turismo cultural¹⁹⁴

Es un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas. En los últimos años ha sido normal considerar que el *Turismo Naranja* es una nueva manera de llamarle al Turismo Cultural, sin embargo no es así. Todo el Turismo Cultural puede ser Naranja, pero no todo el Turismo Naranja es cultural.

3. El turismo cultural dentro del Plan Nacional de Turismo

En El Salvador no se dispone dentro del *Plan Nacional de Turismo*, una política específica de *turismo cultural*, sin embargo su práctica se explica de forma transversal respecto de otros tipos de turismo. Para los propósitos de esta propuesta se abordan brevemente la visión sobre la relación *turismo-cultura* y el *turismo cultural*.

–Plan Quinquenal de Desarrollo (PQD 2014-2019:2015)¹⁹⁵

La dimensión de turismo en El Salvador se construye sobre una política de estado fundamentado en este documento denominado “*El Salvador: productivo, educado y seguro*” se manifiesta como un fundamento estratégico en la planificación de las políticas públicas, que encaminen la superación definitiva de las causas de la exclusión social, económica, política y *cultural*, entre ellas el rubro *turismo*. En la dimensión *cultural*, este plan quinquenal se acompaña de su filosofía *El Buen Vivir*, la que representa un desarrollo *integral* y *plural* de país, incorporando entre otras componentes *lo cultural*.

–Plan Nacional de Turismo 2020 El Salvador (2008)¹⁹⁶

El Salvador cuenta con un *Plan Nacional de Turismo*. Un documento estratégico que utiliza como guía principal que orienta *el aprovechamiento de las ventajas competitivas* que el país ofrece, cumpliendo con los objetivos y directrices para alcanzar la Visión Turística. Según este plan la promoción del *turismo Cultural* aparece como un objetivo de desarrollo turístico identificado dentro de la directriz estratégica 7: *Promoción de productos turísticos temáticos*.

–Pueblos Vivos

Es una estrategia de turismo nacional, una modalidad de hacer *turismo interno*, estableciendo un vínculo de cultura, medio ambiente y gastronomía con su propia gente. Este programa orienta en un valor turístico: *la identidad, historia, cultura, tradiciones, gastronomía de los pueblos salvadoreños*; fomentando la participación ciudadana y el apoyo a la mediana y pequeña empresa, como parte de la proyección económica local.

¹⁹⁴ Para mayor información se puede abordar la siguiente literatura Cfr: Buitrago P.F. & Duque Márquez I. (2013). *La Economía Naranja: una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Washington. D.C. USA. El libro estará disponible en la Web del Banco para su descarga a partir del 31 de octubre (*Día Naranja*).

¹⁹⁵ Ver: <http://www.presidencia.gob.sv/wp-content/uploads/2015/01/Plan-Quinquenal-de-Desarrollo.pdf>

¹⁹⁶ Ver: <http://umoar.edu.sv/biblio/tesis/turismo/Plan%20Nacional%20de%20Turismo%202020%20El%20Salvador.pdf>



VII. ALCANCE

El alcance de la propuesta de esta consultoría, se fundamenta en un modelo de fortalecimiento *turístico-cultural* sostenible, consistente en una simbiosis estratégica que genera sinergias conjuntas entre *la cultura, el turismo y la comunidad*. Una apuesta de creación y mejora de desarrollo comunitario triangular, como un factor clave para el desarrollo sostenible de la actividad turística cultural de Nahuizalco. Este informe se centraliza un conjunto de políticas, estrategias, planes, acciones y medidas en turismo cultural *Náhuat-Pipil*; que complementen y fortalezcan la Línea Estratégica de Nahuizalco (LE:2) denominada “*Fortalecimiento de la Actividad Turística*”; según las siguientes premisas en su alcance de aplicación:

- Un informe de propuesta para la ejecución de actividades turísticas por parte del Comité de Desarrollo Turístico del municipio; que les permita aprovechar el potencial del Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil* de forma competitiva y sostenible.
- Esta propuesta como producto del proyecto de consultoría, se conforma en un conjunto de políticas turísticas y acciones de buenas prácticas que dictaminan y recomiendan conforme a los resultados de diagnóstico.
- Los componentes de esta propuesta no implican de forma alguna, administración, operación e oficiosidad directa en el Sistema Turístico del Municipio de Nahuizalco. Los dictámenes y recomendaciones proporcionados por los consultores; tendrán sentido de aplicabilidad y practicidad inmediata de acuerdo a las necesidades que consideren las autoridades turísticas, de tal manera que efectivamente se logren los beneficios y objetivos de esta consultoría.

VIII. FUNDAMENTO FILOSÓFICO TURÍSTICO CULTURAL

En este apartado enfoca las herramientas filosóficas necesarias que orientan la propuesta para fortalecer el sistema turístico de Nahuizalco, como las declaraciones de visión, misión, principios y postulados éticos relacionados con el turismo cultural.

1. Declaración de Visión turística cultural de Nahuizalco

Representa la *visión* clara que las autoridades turísticas del municipio esperan convertirse a largo plazo sobre la práctica de turismo cultural, un insumo clave para la misión¹⁹⁷.

Visión del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco

"Convertir a Nahuizalco en un destino turístico cultural competitivamente sostenible, que sea reconocido a nivel regional, nacional e internacional; por proporcionar a sus visitantes experiencias únicas, auténticas, e inolvidables; mediante sus atractivos turísticos culturales Náhuat-Pipil; logrando mayor flujo de turistas, incremento de inversiones, conocimiento e innovación en turismo cultural; que fomenten el desarrollo económico-social, y por lo tanto el bienestar y calidad de vida de sus habitantes".

¹⁹⁷ Donde no hay visión, las personas perecen (*Proverbios 29:18*). La visión refleja la actividad turística participante, y es la base para desarrollar una declaración de misión.



2. Declaración de Misión de la actividad turística

Se deriva de los lineamientos establecidos por la Línea Estratégica de Nahuizalco (LE:2) denominada “*Fortalecimiento de la Actividad Turística*”; base para establecer los objetivos.

Misión de la actividad turística cultural de Nahuizalco¹⁹⁸

“Servir al turista de Nahuizalco una experiencia cultural encantadora, memorable, única y de alta calidad; proporcionando recursos y productos turísticos de origen indígena Náhuat-Pipil; manifestas en tradiciones, costumbres, laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbre, un mercado nocturno de gastronomía autóctona; en la que conservando la identidad patrimonial, se contribuye a la competitividad, innovación y promoción turística, logrando el desarrollo económico-social de la comunidad”

3. Principios de la práctica turística cultural

Este apartado se propone en forma diferenciada, los principios fundamentales que orientan la práctica turística cultural de Nahuizalco:

- **Colaboración:** Orienta el éxito de la propuesta, promoviendo prácticas permanentes de vinculación de la comunidad en la toma de decisiones que se relacionen con el desarrollo turístico cultural sostenible de Nahuizalco.
- **Identidad cultural Náhuat-Pipil:** El turismo y la cultura aportan de manera constructiva a la visión que la comunidad de Nahuizalco tiene de sí mismas, a sus convicciones internas y su contexto de desarrollo humano, económico y social.
- **Coordinación:** Los actores claves que integren los sectores de turismo y cultura, actuarán en forma coordinada en el ejercicio de sus funciones.
- **Concertación:** Las decisiones y actividades de los sectores turístico y cultural, se fundamentarán en acuerdos para asumir responsabilidades, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes comprometidos, municipalidad como sector privado, para el logro de los objetivos comunes que beneficien el turismo cultural de Nahuizalco.
- **Descentralización:** La promoción del desarrollo del turismo cultural es responsabilidad de los diferentes actores en sus áreas de competencia y se desarrolla por las empresas privadas y públicas de su ecosistema, según sus respectivos ámbitos de acción.
- **Equidad:** Orientado a crear, a partir de las relaciones entre el *turismo y cultura*, un círculo virtuoso entre la riqueza de la cultura *Náhuat-Pipil* y el desarrollo humano de sus habitantes reduciendo la pobreza, en especial de artesanos y pueblos indígenas.
- **Sostenibilidad:** Orienta al desarrollo de la política de turismo cultural, a partir de procesos sociales, económicos, políticos, y ambientales vivos y dinámicos que respeten la integración identidad cultural Náhuat-pipil y la biodiversidad del entorno cultural.

¹⁹⁸ La declaración de misión, es la expresión del propósito que distingue a Nahuizalco de otros destinos turísticos



4. Fundamentos éticos

Son declaraciones o normas que orientan la conducta de los actores claves del Sistema turístico de Nahuizalco, y que apoyan el desarrollo de esta propuesta de consultoría:

- **Respeto:** Reconocer el valor propio, los derechos y las obligaciones de los demás sin distinción social o étnica; lo cual exige el cumplimiento de las leyes y normas, un trato digno y justo que permita vivir en un ambiente de paz y armonía turística cultural.
- **Lealtad:** Tener el compromiso para defender con fidelidad y honor lo que se cree y en quien cree, aun frente a circunstancias cambiantes o adversas.
- **Responsabilidad:** Capacidad de tomar decisiones de manera consciente, asumiendo consecuencias y responder por ellas ante quien corresponda en cada momento.
- **Compromiso:** Transformar las promesas en realidades, mostrar la mejor versión para sacar adelante lo que se nos confía, reflejado en el cumplimiento de nuestros objetivos.
- **Perseverancia:** Esfuerzo continuo para alcanzar lo propuesto, solucionando las dificultades que surjan para obtener resultados concretos en la práctica turística.
- **Tolerancia:** Capacidad de respetar, aceptar y reconocer las diferencias de los demás, entendiendo sus expresiones y actitudes, para tener armonía en la comunidad Pipil.
- **Eficiencia:** Capacidad de atender de forma oportuna a los visitantes y a la comunidad, alcanzamos los objetivos planteados, ejecutando las correspondientes funciones en el menor tiempo posible, reduciendo costos; con base en los procedimientos establecidos.
- **Congruencia:** Buscar armonía y equilibrio en pensamientos y emociones, actuando con sensatez en el ejercicio de las funciones, inspirando confianza a la comunidad.
- **Imparcialidad:** Erradicar toda actividad que implica conflicto de intereses *turísticos-culturales*, mismos que confrontan el deber de observancia de la práctica y la ley.
- **Integridad:** Realizar funciones siempre con una conducta recta y transparente, con independencia y evitar obtener algún provecho o ventaja resultante de la práctica turística.
- **Justicia:** Ser imparcial, actuando integral en el marco de la ley, la práctica común en todos los ámbitos, lo cual se ve reflejado en acciones diarias.
- **Transparencia:** Actuar conforme al derecho, garantizando el acceso a la información pública turística-cultural, protegiendo el derecho a la vida privada, la intimidad y la propia imagen, en los términos y las excepciones establecidas en esta propuesta.



IX. OBJETIVOS DE PROPUESTA

La presente propuesta resalta la potencialidad del turismo cultural *Náhuat-Pipil*, para articular procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural de Nahuizalco. En este sentido, se busca fomentar e incentivar a turistas nacionales e internacionales, a conocer y apropiarse de las costumbres y del patrimonio material e inmaterial de este histórico municipio. Con esta práctica se intenta generar beneficios a la comunidad, así como los medios, motivaciones para cuidar y mantener el patrimonio, garantizando la sostenibilidad de los sectores cultural y turístico. A continuación, se presentan los objetivos infundados de esta propuesta:

1. Objetivo General

Fortalecer a Nahuizalco como un destino de turismo cultural, a nivel regional, nacional e internacional; en la que a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural *Náhuat-Pipil*, genere dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad del municipio.

2. Objetivos Específicos

- Definir y comprender la cultura *Náhuat-Pipil*, enfocando tradiciones, costumbres y prácticas indígenas que forman las condiciones de vida de los habitantes de Nahuizalco.
- Conceptualizar la práctica turística cultural de Nahuizalco con enfoque de sistema
- Proponer una organización *turístico-cultural* dentro de un marco jurídico-técnico que implique sinergia entre los sectores de *turismo y cultura* del municipio de Nahuizalco.
- Adaptar un modelo de fortalecimiento *turístico-cultural* sostenible, que integre una simbiosis estratégica entre la cultura, el turismo y la comunidad *Náhuat-Pipil*.
- Formar, capacitar y sensibilizar el aprendizaje del *Turismo Cultural Náhuat-Pipil*; a los actores claves de la práctica turística de Nahuizalco.
- Exponer el perfil de los turistas y su comportamiento en el mercado turístico cultural de Nahuizalco (*Demanda Real*) y de la Ruta de Las Flores (*Demanda Potencial*).
- Establecer un modelo de competitividad turística cultural, donde Nahuizalco tenga capacidad de alcanzar sus objetivos o desempeño de forma sostenible.
- Fortalecer el turismo cultural con una visión clara en desafíos/retos, donde la marca municipio de Nahuizalco debe ser la mejor proveedora de experiencia para sus visitantes.
- Presentar políticas o estrategias que impulsen el rescate y conservación de las principales tradiciones de identidad cultural ancestral *Náhuat-Pipil*.
- Elaborar y proponer políticas turísticas, mediante un modelo de turismo cultural que exprese buenas prácticas para los sectores: *turismo, cultura y comunidad Náhuat-Pipil*.
- Formular Políticas (*estrategias, métodos y técnicas*) que fortalezcan las determinantes de la oferta turística cultural *Náhuat-Pipil*.
- Diseñar rutas y circuitos como producto turístico cultural *Náhuat-Pipil*, a través de las cuales se permita el intercambio y reconocimiento cultural de Nahuizalco.



X. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Los lineamientos estratégicos de la práctica turística cultural de Nahuizalco que enmarcan a continuación, hacen referencia a los énfasis que ponen los actores claves para lograr los objetivos, enfrentar las debilidades y fortalecer las ventajas turísticas culturales:

1. Sostenibilidad del turismo cultural *Náhuat-Pipil*

El turismo cultural es una prioridad para la municipalidad de Nahuizalco y una alternativa económica para sus pobladores, motivo por el cual su desarrollo debe ser sostenible. Sus objetivos buscan la apropiación del patrimonio, el fortalecimiento de su competitividad y productividad, incrementando los beneficios que genera esta actividad turística, la sostenibilidad es el eje de acción de esta Política Turística. La protección de la integridad cultural *Náhuat-Pipil* y del ambiente son las premisas para garantizar la conservación de los recursos culturales, para que sean disfrutados por las futuras generaciones¹⁹⁹.

2. Gestión del turismo cultural

La gestión de la práctica turística cultural de Nahuizalco y su fortalecimiento, se construye en las siguientes tres dimensiones:

- **Fortalecimiento de la oferta y sus determinantes:** Se fortalecerá prioritariamente las determinantes de la oferta turística cultural de Nahuizalco.
- **Ordenamiento y planificación:** Para definir la vocación del turismo cultural de Nahuizalco, los actores claves deberán incluirlo expresamente en su plan de desarrollo turístico-cultural. Para tal fin, se relacionará la información del patrimonio material e inmaterial existentes, la situación competitiva y su posicionamiento turístico.
- **Uso turístico de los atractivos culturales:** la Municipalidad de Nahuizalco, Casa de la Cultura, Unidades Productivas Ofertantes, autoridades y actores claves del municipio de cultura y turismo, en conjunto con el Ministerio de Turismo (*MITUR*), Corporación Salvadoreña de Turismo (*CORSATUR*), Instituto Salvadoreño de Turismo (*ISTU*), promoverán la sensibilización de los pueblos indígenas con el fin de utilizar y mejorar los atractivos culturales *Náhuat-Pipil* a través del turismo.

3. Investigación de mercados turísticos

Para establecer estrategias de desarrollo, promoción y comercialización a partir de la Política de Turismo Cultural, es necesario interpretar los tipos de corrientes turísticas vinculadas con la cultura, según el interés que manifiestan la diversidad de turistas, por ello se debe investigar este mercado para orientar estrategias de gestión de oferta promocional²⁰⁰.

¹⁹⁹ La OMT manifiesta que: “Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los destinos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico a largo plazo”. (OMT, 2005).

²⁰⁰ El factor cultural es un elemento diferenciador de un destino turístico, se puede convertir en un motivo para decidir entre Nahuizalco y otros destinos competidores que ofrecen productos similares.



4. Diseño del producto turístico cultural

Para el diseño del producto de turismo cultural de Nahuizalco, se deben identificar los productos básicos o íconos del destino y promover su integración con los servicios turísticos complementarios. En este diseño pondrá en práctica las bases de sostenibilidad turística para proteger, conservar, difundir el patrimonio cultural tangible e intangible a través del turismo respetuoso de su entorno. Así mismo, con el fin de que las articulaciones del producto de turismo cultural se concreten en ofertas comerciales, es necesario el compromiso y responsabilidad de todos los actores y sectores cultural-turísticos del municipio.

5. Participación de las comunidades

Con el fin de contribuir a los objetivos de desarrollo sostenible que debe tener el Turismo Cultural de Nahuizalco y su manifestación en la gestión del turismo cultural como estrategia para la apropiación social y comunitaria del patrimonio *Náhuat-Pipil*, se requiere la participación y unión de esfuerzos activa e informada de todas las partes interesadas.

6. Formación del talento humano en turismo cultural

Para complementar la articulación de la cadena productiva del destino turístico cultural de Nahuizalco y la sensibilización de los actores vinculados, se desarrollarán programas de formación a las comunidades sobre la integración de los bienes culturales a la actividad turística. Para tal fin, las autoridades del municipio promoverán que las entidades educativas con programas de formación en turismo, ajusten sus currículos a las necesidades y visiones del sector cultural. De igual forma, se promoverá la investigación en materia de turismo cultural. En el caso de los guías de turismo se fortalecerán sus competencias laborales y se certificarán en calidad turística, con énfasis en los criterios de interpretación *Náhuat-Pipil*.

7. Información del turismo cultural al turista y/o visitantes

Con el fin de fortalecer la divulgación cultural y turística del municipio de Nahuizalco, como parte de las acciones de promoción y facilitación turística, se gestionará la creación de un sistema de información para el turista. En la que se relacionará la información cultural y turística que requiera un turista en su viaje. La información cultural e histórica en torno al patrimonio debe transmitirse en un lenguaje comprensible para todos los tipos de turistas.

8. Mercadeo y promoción del turismo cultural

El desarrollo y construcción de la ventaja comparativa y competitiva del turismo a partir de las caracterizaciones culturales de los productos turísticos, será una de las prioridades de acción para mejorar la imagen turística y la proyección cultural de Nahuizalco. En este sentido, se contará con un plan de mercadeo especializado para posicionar al municipio como destino cultural. Las campañas de publicidad turística deben vincular los aspectos de identidad cultural *Náhuat-Pipil* y reorientarse según los avances que el producto del turismo cultural obtenga en el contexto nacional e internacional.



XI. MARCO TEÓRICO

El turismo es, en la actualidad, uno de los sectores económicos más grandes y de rápido crecimiento en el mundo. La geografía del país, ofrece múltiples y diversos paisajes naturales, que se está aprovechando gracias al turismo de naturaleza. Pero, los visitantes buscan cada vez con mayor entusiasmo conocer más de las expresiones culturales de los municipios que visitan. *La gastronomía, las festividades y rituales; las tradiciones y expresiones orales; la música y las artes escénicas; la artesanía y las artes visuales; los conocimientos y usos locales; la arquitectura distintiva de un lugar y los sitios arqueológicos, entre otros*, son elementos que hoy son parte esencial de las experiencias turísticas. Los turistas culturales quieren conocer otras culturas, y también por qué no vivirlas, mientras se alojan en los destinos.

1. Turismo cultural: una oportunidad para el desarrollo de Nahuizalco

Desde hace más de un quinquenio, Nahuizalco viene trabajando para potenciar el turismo cultural en el municipio, con el convencimiento de fortalecer y desarrollar estratégicamente este tipo de turismo; especialmente, porque representa una oportunidad para el desarrollo de sus habitantes en comunidad, que actualmente no cuenta con una oferta turística consolidada y sus determinantes, sin embargo, cuentan con todo el potencial para ofrecer a sus visitantes experiencias *turístico-culturales* significativas y de calidad²⁰¹.

2. Cultura Náhuat-Pipil: identidad, diversidad y cambio

Al referirse a *cultura*, se relaciona con: expresiones de nuestros pueblos originarios, tradiciones de una comunidad, manifestaciones artísticas, entre otros. *La cultura* acuña numerosas definiciones²⁰², sin embargo se advierten algunas características que son especialmente relevantes para su articulación con el turismo:

- *La cultura es compartida con otros*, lo que permite construir una noción de identidad
- *La cultura se aprende*, generacionalmente se transmiten los códigos culturales
- *La cultura es dinámica*, permite que se recree constantemente
- *La cultura es simbólica*, permite que tengamos memoria
- *La identidad cultural* se expresa a través de diversas manifestaciones, no puede existir sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.
- *Diversidad cultural*, existen tantas diversas culturas como sociedades y comunidades
- La cultura puede ser afectadas por factores económicos, políticos y sociales; recibiendo así su influencia, lo que posibilita el cambio cultural.

²⁰¹ La Organización Mundial de Turismo (OMT), señala que el *turismo cultural* genera nuevas oportunidades de empleo, atenuar la pobreza, frenar el éxodo rural así como cultivar sentimiento de orgullo en las comunidades.

²⁰² La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), comenta que *la cultura* puede entenderse como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad, modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.



3. Comunidad de Nahuizalco, turismo y desarrollo

La cultura *Náhuat-Pipil* es el centro y fundamento, el relato o contenido, desde el cual es posible pensar en un turismo sostenible, con raíces en la comunidad que la hace vivir. De este modo, el turismo cultural es la actividad en la que se puede expresar de manera integral el papel que juega la cultura en el desarrollo económico de Nahuizalco, que atienda al mejoramiento de la calidad de vida integral de sus habitantes, sustentado en la cultura. El vínculo que se establece entre cultura y desarrollo, y entre estos con el turismo, hace necesario entender la cultura Náhuat-Pipil como el eje central en el proceso de valoración de todos los activos culturales de este municipio

En la perspectiva del desarrollo local, tiene por objetivo dar respuestas a las demandas de la comunidad, mientras que en tema territorial, es la base del crecimiento económico del municipio como destino turístico constituyendo:

- Un territorio atractivo con recursos turísticos de calidad (*contexto físico específico donde se ubica la población de Nahuizalco y donde se encuentra la oferta y la demanda*)
- Una voluntad por parte de la comunidad de Nahuizalco en áreas del turismo cultural
- Productos turísticos culturales competitivos y de calidad
- La existencia de una demanda (*real y potencial*)
- Operadores turísticos, que faciliten la interrelación entre oferta y demanda

4. ¿Por qué fortalecer el turismo cultural en Nahuizalco?

El turismo cultural es, en la actualidad, una tendencia que crece con fuerza en el mercado turístico nacional, lo que da cuenta de la profundidad y diversificación de la actividad turística, sumado a la creciente valoración de la pluralidad de las manifestaciones culturales. La relevancia turística de la cultura proviene de la creciente segmentación de la demanda, como de la sostenibilidad turística, que abre el camino al turismo cultural, generando:

- Contribución al desarrollo local y territorial de Nahuizalco
- La búsqueda del bienestar de la comunidad, reduciendo pobreza
- Desarrollo de oferta turística con sus determinantes y elementos culturales
- La protección del patrimonio histórico-cultural Náhuat-Pipil

5. Criterios y definiciones de la propuesta de consultoría

Para propósitos de esta propuesta, se atienden las siguientes definiciones y criterios:

CULTURA (*ENFOQUE EXPRESIVO Art. 3 Ley de Cultura*)

Es la suma de las prácticas o expresiones que el ser humano ha desarrollado en su proceso de adaptación y creación de su medio vital: *el lenguaje, el arte, el derecho, la historia, la política, otros*. Por tanto, la suma de las expresiones que superan los procesos meramente biológicos.



CULTURA NÁHUAT-PIPIL

El *Náhuat-Pipil* es un neologismo²⁰³, un préstamo lingüístico de una palabra compuesta por la unión de dos palabras ya existentes; para esta consultoría la cultura *Náhuat-Pipil*²⁰⁴, se orienta: Al conjunto de valores, orgullos, creencias, tradiciones, costumbres, procesos de producción, reproducción e intercambios simbólicos de origen indígena *Náhuat-Pipil* que: dan forma, orientan y motivan el comportamiento de los habitantes de Nahuizalco; que le distingue de otros municipios y que se expresa en realidades tangibles (*belleza poblacional, infraestructura arqueológica, vestimenta de sus pobladores, música cultural y danzas, cultivo de la tierra, comercialización de hortalizas y vegetales...*) e intangibles (*dinámica de vida, artesanías de fibras naturales, utensilios artesanales, comida indígena, visión cosmológica y rituales, comportamientos espirituales, tradiciones religiosas, leyendas, cuentos, lenguaje, el calor humano de su gente laboriosa...*); que en conjunto conforman un sentimiento de pertenencia.

TURISMO CULTURAL

Conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos y agentes sociales con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a otros ciudadanos tener contacto con una sociedad distinta a la de su entorno habitual. En tal sentido como propuesta potencial, deben existir políticas, estrategias y acciones específicamente diseñadas para este fin

SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL

Conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos y agentes sociales, con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a los turistas; disfrutar de manifestaciones culturales, artísticas y patrimoniales; en un entorno distinto al habitual.

TURISMO CULTURAL ETNOGRÁFICO NÁHUAT-PIPIL

Estudia la comprensión de un patrimonio histórico como herencia cultural de origen del pasado y la comprensión de una cultura viva de origen indígena que incluye el patrimonio inmaterial (*costumbres y tradiciones*) propias de Nahuizalco. Para comprender profundamente la identidad cultural *Náhuat-Pipil*.

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas; junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes; que las comunidades, y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad, contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

²⁰³ *Neologismo*, una palabra nueva que aparece en una lengua, o la inclusión de un significado nuevo en una palabra ya existente o en una palabra procedente de otra lengua.

²⁰⁴ La mayoría de autores, refieren indistintamente los términos *Pipil* y *Náhuat*, para referirse a la lengua de América Central. El término *Pipil*, como nombre para la lengua, es utilizado por la comunidad de estudiantes internacionales, para distinguirla principalmente de las variantes de Náhuatl de México. En El Salvador actualmente se considera al *Náhuat-Pipil* una lengua separada como un dialecto del *Nahua* meridional.

6. Objetivos estratégicos en la formulación de Políticas Turísticas Culturales

Para esta propuesta se formulan como herramienta estratégica, *Políticas Turísticas* para fortalecer sosteniblemente el turismo cultural de Nahuizalco, estas deben contener objetivos, acciones, resultados, indicadores, buenas prácticas para su implementación. La *tabla 1* apunta una serie de objetivos estratégicos para la formulación de políticas turísticas.

Tabla 1. Objetivos estratégicos para la formulación de políticas turísticas culturales

Objetivos Estratégicos	Descripción
Gobernanza	Es necesario crear un grupo de trabajo <i>público-privado</i> para promover planes de acción que incluya objetivos, actividades, resultados, indicadores, presupuesto y actores involucrados así como una estrategia de recursos financieros. Es recomendable definir los nichos de interés del turismo cultural de Nahuizalco y el perfil de los segmentos de visitantes reales y potenciales, analizar el comportamiento de los visitantes en el lugar para definir la gestión y la reglamentación necesaria. Para facilitar la gobernanza existen modelos (<i>redes, asociaciones, comités de turismo cultural</i>).
Sostenibilidad	Es ineludible desarrollar una estrategia donde la sostenibilidad sea <i>transversal</i> . Existen instrumentos para evitar riesgos de capacidad de carga. La accesibilidad incluyente es importante para evitar la exclusión de la comunidad mediante jornadas de puertas abiertas y jornadas participativas.
Personal capacitado	Las iniciativas de turismo cultural, deben proporcionar herramientas para una gestión turística eficiente de los recursos culturales de Nahuizalco. Para ello es preciso personal capacitado a todos los niveles, no únicamente en la dirección o miembros de comités. Es preciso contar con programas formativos y de asistencia técnica que formen parte del plan de acción y estén dirigidos a los actores interesados de la comunidad. Es fundamental articularlos con universidades y centros de formación para asegurar la continuidad, realizar proyectos de investigación y formación especializada.
Comunicación	En general, la falta de socialización y de participación en los procesos de realización de los planes turísticos se detecta como <i>una de las principales debilidades no solo entre cultura y turismo, sino entre la planificación y la comunidad</i> . Es fundamental promover planes de comunicación para informar e involucrar a la comunidad, pero también a los visitantes.
Personas y comunidades	Es necesario generar espacios para la participación comunitaria en los planes de turismo cultural de Nahuizalco, no sólo en los procesos de diseño sino también en su ejecución e implementación, ya que pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes, la generación de oportunidades y la inclusión.
Redes de cooperación (Comités)	La creación de redes (<i>Asociaciones y Comités</i>) o la participación en ellas permiten crear espacios para compartir experiencias y mejores prácticas en una perspectiva local, regional, nacional e internacional.
Certificaciones, y marcas-producto	Estas iniciativas permiten garantizar a sus visitantes, una oferta de productos y servicios de calidad para los turistas y la comunidad.

Fuente: Apud Organización Mundial del Turismo (2016), *Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*, p.99-100. Cfr:

<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>



XII. MODELO DE FORTALECIMIENTO TURÍSTICO CULTURAL “SENTIKITILIS”

Esta consultoría adapta un modelo como propuesta para fortalecer la práctica turística cultural *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco²⁰⁵, atendiendo los resultados del diagnóstico referido anteriormente, sobre tendencias, oportunidades, y desafíos naturales de las sinergias entre *turismo y cultura*, y cómo esta unión ha contribuido de manera decisiva al desarrollo del turismo interno a lo largo del país. La propuesta desarrolla el modelo, acompañado dentro de un documento integral de políticas turísticas culturales que reúne estrategias y buenas prácticas, así como recomendaciones para promover y fortalecer una colaboración más intensa entre *turismo, cultura y comunidad* de Nahuizalco.

Para la concepción de un modelo de fortalecimiento *turístico-cultural* sostenible, se debe partir de una propuesta que promueva una simbiosis estratégica para generar sinergias conjuntas entre *la cultura, el turismo y la comunidad*²⁰⁶. Para ello esta propuesta apunta la creación y mejora de un modelo de desarrollo comunitario triangular como un factor clave para el desarrollo sostenible de la actividad turística de Nahuizalco, en donde *la cultura Náhuat-pipil* guía las actividades y experiencias de este municipio cultural y de sus visitantes, beneficiándose mutuamente en forma de intercambio cultural, económico y social. Antes de exponer el modelo turístico propuesto, es primordial describir la base sobre la que se fundamenta.

1. Turismo Cultural Sostenible.

La preocupación en aumento por la importancia de la sostenibilidad, se considera tomar en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la práctica turística, del entorno y de las comunidades de Nahuizalco²⁰⁷. Para este propósito se propone para su sustento:

- Utilizar de forma óptima los recursos culturales y medioambientales, que son un elemento clave del desarrollo turístico para Nahuizalco.
- Respetar la autenticidad *Náhuat-Pipil* sociocultural de Nahuizalco como comunidad mayormente de origen indígena, conservar sus activos culturales sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- Realizar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades indígenas, que contribuyan a la reducción de la pobreza y mejoras en calidad de vida.

²⁰⁵ Un modelo simplifica, es pragmático en su utilidad, sintetiza una interrelación compleja, se expresa en una imagen, crea un sistema de clasificación (*Cultura, Turismo y Comunidad*), plantea preguntas, las respuestas aparecen con su uso. Los críticos señalan que un modelo no refleja la realidad, y es cierto pero no define formas de pensamiento, sino resultado de un activo proceso mental.

²⁰⁶ Para propósitos de este modelo de colaboración, se entiende *comunidad*, la población de que habita en Nahuizalco como destino del turismo cultural, el cual se incentiva mediante las experiencias culturales que ofrece.

²⁰⁷ El turismo sostenible no solo gira en torno a la conservación de las zonas naturales, sino que también tiene en cuenta la calidad de vida de los que realizan la visita y de quienes la reciben.



Esta visión de sostenibilidad turística cultural *Náhuat-Pipil*, refleja el enfoque del *cuarto pilar de la sostenibilidad*, que hace hincapié en el papel que desempeña la cultura a la hora de fomentar un comportamiento sostenible. Por ello representa una oportunidad única de utilizar *la cultura* para vincular *el turismo y la cultura*, con el fin de promover formas más sostenibles de consumo y producción de servicios turísticos.

2. Colaboración triangular: *turismo, cultura Náhuat-Pipil y comunidad*²⁰⁸

El desarrollo sostenible del turismo cultural de Nahuizalco se fundamenta en la colaboración triangular entre *comunidad, cultura y turismo*, donde las políticas y actividades de estos elementos deben orientarse en las esferas pública y privada, a un mediano y largo plazo (*a, nacional, regional y local*). Este modelo sinérgico persigue los siguientes objetivos:

- Establecer una visión integral de cómo *la cultura* contribuye al desarrollo sostenible del turismo, focalizadas en los impactos socioeconómico, cultural y ambiental.
- Analizar de forma interrelacionada los principales desafíos y oportunidades del turismo cultural (*destacando las mejores prácticas de políticas y estrategias*)
- Un marco de referencia para desarrollar directrices para los actores políticos y otras partes interesadas en el fomento del desarrollo sostenible del turismo cultural.

Este modelo de propuesta de consultoría se denomina *SENTIKITILIS*, palabra en *Náhuat-Pipil* que significa *Colaboración*, ya que el modelo propuesto para el fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, se cimienta en un modelo de *colaboración* sinérgico de tres fuerzas: *Cultura Náhuat-Pipil, Turismo y Comunidad Indígena Artesanal*. Este sistema turístico cultural se fundamenta en las siguientes premisas:

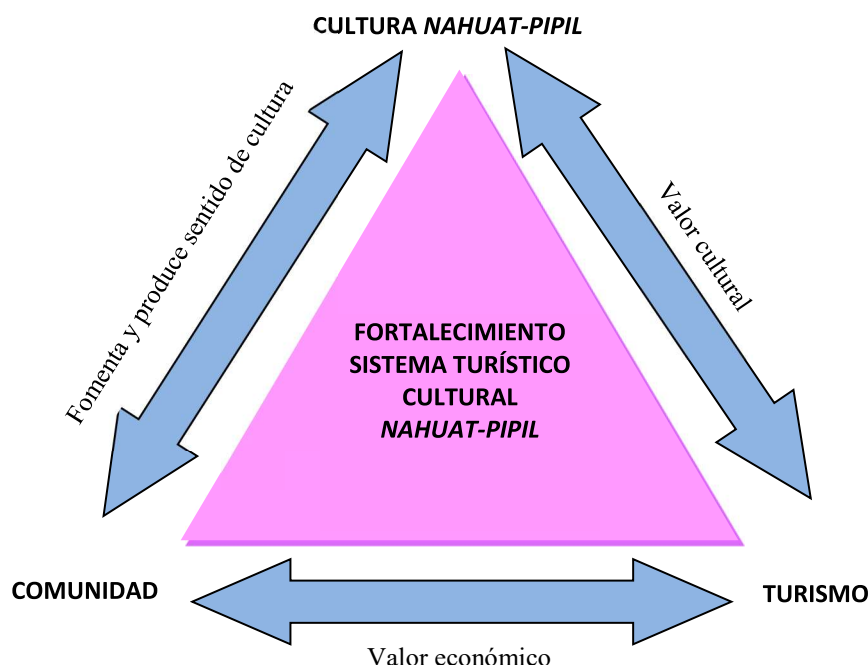
- Análisis de *cooperación* entre la cultura *Náhuat-Pipil* y turismo como motor de desarrollo económico-social de Nahuizalco.
- Identificación de oportunidades y retos en la *cooperación* entre *turismo y cultura*.
- Implementar desde una perspectiva cultural técnica y práctica, políticas turísticas

Esta modelo de colaboración triangular forman una sinergia sostenible del cualquier *Sistema Turístico*, las que están unidas e interrelacionadas de la siguiente manera (*ver figura 1*):

- **La cultura Náhuat-Pipil** proporciona el sentido esencial que sustenta las comunidades de Nahuizalco, y éstas, por su parte, fomentan y reproducen la cultura.
- **El turismo** es un medio que fomenta la cultura *Náhuat-Pipil*, prestando un apoyo económico, mientras que la cultura proporciona el contenido esencial para el *turismo*.
- La participación de Nahuizalco en **comunidad** resulta crucial al garantizar sostenibilidad del turismo a través de actividades de arraigo por sus costumbres y tradiciones, mientras que el turismo sustenta y desarrolla económicamente a la comunidad.

²⁰⁸ Este modelo es adaptado al propuesto por la Organización Mundial del Turismo (2016), *Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*.
Cfr: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>

Figura 1. *Sinergia relacional del Turismo Cultural Sostenible.*



Fuente. Apud: Organización Mundial del Turismo (2016), *Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*, p, 28.

Este modelo inclusivo fortalece un *Sistema Turístico Cultural*, el que ofrece múltiples oportunidades de desarrollo que implicarían beneficios para las tres partes de esta relación triangular, además hace hincapié en que las relaciones entre sus elementos son dinámicas e influyen las unas en las otras. Para ello, resulta esencial: *la cooperación de actores público-privado, coordinación intersectorial, y fundamentalmente la participación activa de las comunidades (sostenido en su identidad cultural que permita gestionar su desarrollo).*

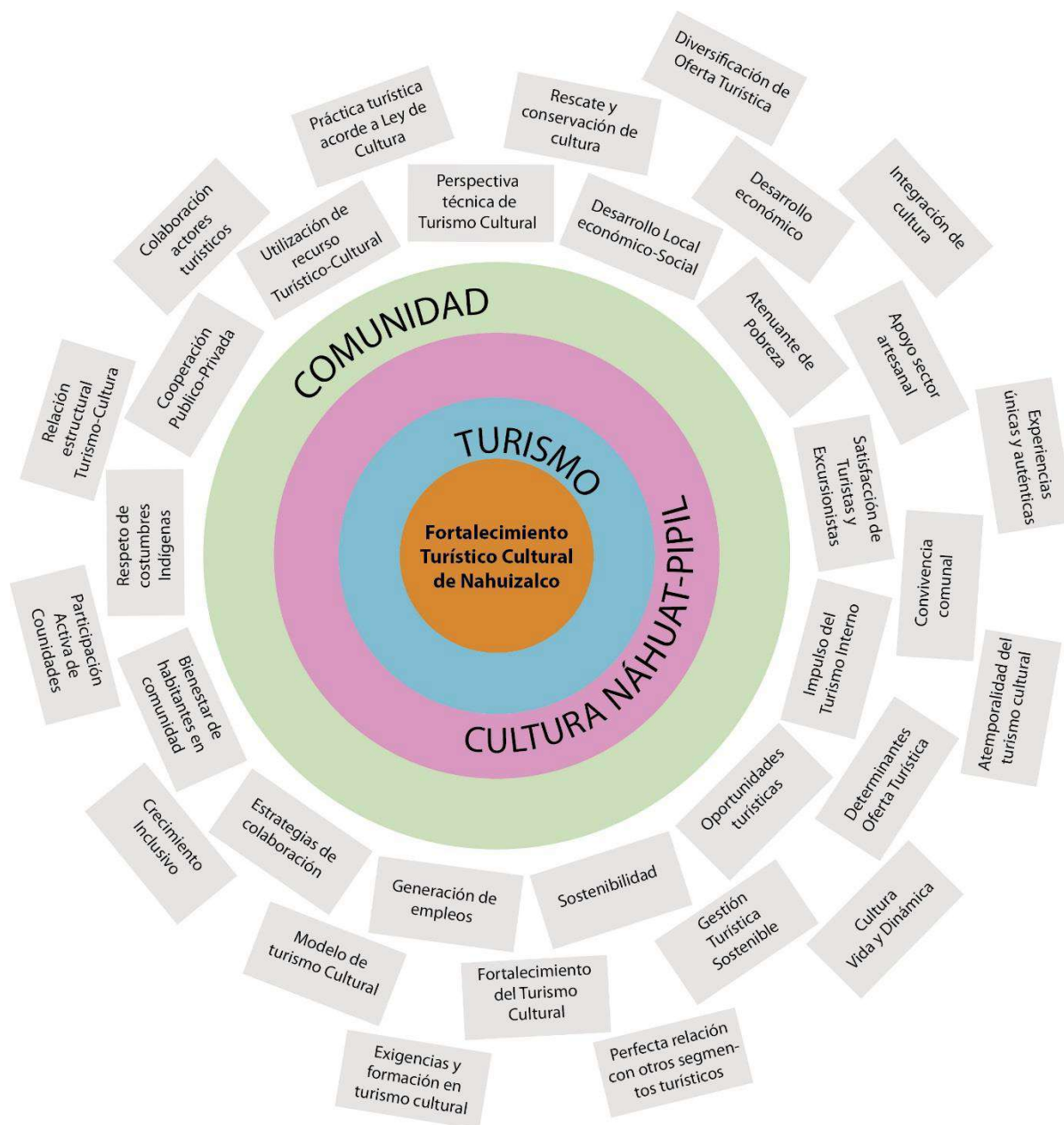
Este modelo dinámico triangular estratégico, desprende los siguientes beneficios:

- Desarrollo y estabilidad social, involucrando a sus visitantes con diferentes identidades étnicas, contribuyendo a reforzar el entendimiento y respeto mutuo.
- Protección y conservación del patrimonio mediante un turismo gestionado de manera responsable que fomente la educación entre turistas y comunidades²⁰⁹.
- Oportunidad para la diversificación y el desarrollo sostenible de los destinos y productos turísticos, reduce la estacionalidad y la descentralización de la oferta.
- *Fortalecer el Turismo Cultural* representa una enorme oportunidad para contribuir a la inclusión social y reducción de la pobreza.

La *figura 2* dimensiona la diversidad de beneficios de este modelo sinérgico propuesto:

²⁰⁹ La cultura no es algo estático, sino que es algo dinámico que cambia continuamente (*Cultura está ligado intrínsecamente a la cultura viva e inmaterial, en continua transformación*) y que puede ofrecer múltiples oportunidades si es gestionada de un modo sostenible.

Figura 2. Beneficios del modelo sinérgico relacional del Turismo Cultural *Náhuat-Pipil*.



Fuente: Elaboración propia

La “Asociación entre turismo, cultura y comunidad”, es un modelo de colaboración elaborado por la Organización Mundial de Turismo (OMT); reconociendo el aporte del turismo cultural responsable y sostenible al crecimiento que ha tenido en los últimos años y su importante contribución al desarrollo de las comunidades. Para esta propuesta, es preciso combinarlo con el modelo de los tres círculos que se desarrolla en el siguiente apartado.

Nota: Este modelo advierte que las relaciones entre estos tres elementos básicos del Sistema Turístico de Nahuizalco, son dinámicas e influyen las unas en las otras.



3. Propuesta turística cultural bajo el modelo de los tres círculos²¹⁰

El arte de combinar *Turismo* y *Cultura Náhuat-Pipil* conlleva a enfrentar dos mundos tan distintos y complejos al mismo tiempo, sin embargo hay que agregar un tercer mundo “*La comunidad*”, quienes al final son los actores y beneficiarios del turismo cultural que se practica en Nahuizalco, convirtiendo las estrategias de gestión turísticas en un verdadera industria que mezcla creatividad, experiencia y visión para responder al compromiso que implica fortalecer su *Sistema Turístico*.

Este modelo académico propuesto por esta consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, se fundamenta tres círculos que armonizan las necesidades del Turismo, la Cultura *Náhuat-Pipil* y la comunidad, un modelo de *colaboración* sinérgico de tres fuerzas que estructuran la interrelación que muestra una visión en conjunto que fortalezca la práctica turística. Su propósito es mostrar que la práctica turística cultural tiene unos atributos únicos, como consecuencia de la interacción entre los tres círculos (*Turismo, Cultura Náhuat-Pipil y Comunidad*), que pueden ser fuente de oportunidades; los que derivan y están presentes de la pertenencia solapada a estos tres círculos relacionados

Este modelo de fortalecimiento turístico es un esquema que explica la composición, estructura y comportamientos, de la práctica turística de Nahuizalco, de la forma y lugar que ocupan cada uno de los actores claves que pertenece a alguno de los siete sub-conjuntos que se forman en las áreas de sus intersecciones. A continuación se mencionan los tres círculos que interaccionan en este modelo turístico:

- **El círculo turismo:** una actividad productiva, relacionada con el ámbito económico y el comercio. La idea de *sistema turístico* orienta esta dimensión a las dinámicas y relaciones que vinculan a turistas, empresas, actores públicos y sociedad civil cuando se trata de atraer a visitantes a Nahuizalco como destino turístico cultural.
- **El círculo Cultura *Náhuat-Pipil*:** dimensión orientada a la suma de las prácticas o expresiones, costumbres y tradiciones de Nahuizalco en su proceso de adaptación y creación de su medio vital: *el lenguaje, el arte, el derecho, la historia, la política*, otros. Por tanto, la suma de las expresiones que superan los procesos meramente biológicos.
- **El círculo Comunidad:** población de Nahuizalco que habita en esencia en el lugar de destino, se incentiva mediante las experiencias culturales que ofrece en el consenso de interactuar con turistas, En necesario empoderarla para que promueva su organización y la gestión de sus propios recursos, vueltos productos turísticos.

Este modelo de fortalecimiento *turístico-cultural* sostenible, parte de la siguiente simbiosis estratégica entre *la cultura Náhuat-Pipil, el turismo y la comunidad* (ver figura 3):

²¹⁰ Este modelo es adaptado al propuesto de los Tres Círculos, desarrollado por John Davis y Renato Tagiuri en 1982, utilizados en la enseñanza y consultoría de Empresa Familiar.

Figura 3. Modelo sinérgico de Fortalecimiento del Sistema Turismo Cultural de Nahuizalco.



Fuente: Elaboración propia; Apud Organización Mundial del Turismo (2016), *Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*. Cfr: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>



Este modelo de fortalecimiento del Sistema Turístico de Nahuizalco “*Sentikitis*”, en su aplicación práctica se plantea las siguientes interrogantes:

- *¿Cómo y porqué el Turismo y Cultura de Nahuizalco, deben trabajar conjuntamente?*
- *¿Qué determinantes de la oferta turística posee Nahuizalco como destino turístico?*
- *¿Cómo transformar los recursos culturales en productos turísticos?*
- *¿Cuál es el Patrimonio Cultural que la comunidad Náhuat-Pipil comparte con turistas?*
- *¿Cuáles son las principales tendencias y desafíos de la práctica turística de Nahuizalco?*
- *¿Cuál es el modelo de competitividad turística?*
- *¿Existen políticas turísticas inclusivas de la comunidad de Nahuizalco?*
- *¿Se establecen políticas en las que el turismo cultural contribuya con la comunidad Náhuat-Pipil, en su contexto urbano y rural de Nahuizalco?*

Para orientar respuestas a estas interrogantes del modelo planteado, se fundamentan las siguientes consideraciones críticas de su éxito:

4. Consideraciones críticas para el éxito del modelo de fortalecimiento turístico

Para que este modelo tenga éxito, la cultura *Náhuat-Pipil* y el turismo deben apoyarse mutuamente con el fin de mantener una relación sostenible. A fin de cultivar esta relación, los sectores público y privado de Nahuizalco, deben colaborar plenamente y trabajar de manera conjunta con las comunidades locales. Para que *el turismo y la cultura Náhuat-Pipil*, pueden trabajar de manera conjunta, se proponen las siguientes formas:

- En favor del crecimiento económico y social de Nahuizalco, ya que un uso responsable de los recursos culturales con fines turísticos, genera oportunidades para la comunidad.
- En el desarrollo y la estabilidad social, mediante el contacto con diferentes identidades étnicas, religiones y estilos de vida. Experimentar las tradiciones vivas contribuye a que se dé un diálogo y refuerza el entendimiento y el respeto mutuo
- En beneficio de la protección y la conservación del patrimonio cultural *Náhuat-Pipil* mediante un turismo gestionado de manera responsable que fomente la educación entre turistas y la comunidad, garantizando la coordinación y colaboración.

Una manera de obtener formas más sostenibles de desarrollo del turismo es estimular el *turismo interno*²¹¹, que tiende a estar menos concentrado y se articula menos con el turismo de masas, generando mayores ingresos para la comunidad de Nahuizalco.

²¹¹ En El Salvador el turismo interno sigue alcanzando nuevas cotas, MITUR espera promover el *turismo sostenible*, para ello implementará una estrategia que estará ligada al programa *Pueblos Vivos* denominada “*Pueblos Vivos transforman la vida de la gente*”; para ello considera como atractivos el *patrimonio cultural* y medioambiental. Con este proyecto espera que se realicen 10.8 millones de viajes internos en 2017, generando \$214 millones de dólares. La Prensa Gráfica. *Apuestan por estimular el turismo interno*. Viernes, 17 de marzo de 2017, p.58.



Para su éxito, este modelo de interacción entre *turismo, cultura y comunidad*; demanda:

- La identidad cultural es un aspecto clave para el desarrollo turístico
- El turismo, como actividad intersectorial, debe liderar la coordinación entre áreas
- Activa colaboración del sector privado, y fundamentalmente de las comunidades
- Fortalecer la coordinación de gobernanza local y regional.
- Profundizar la relación sectores público y privado basada en la diversidad cultural
- Las comunidades deben conservar lo autóctono de sus culturas
- Adaptación de la comunidad en la actividad turística (*como sujeto, y no como objeto*)

Este modelo de colaboración propuesto para el fortalecimiento de la práctica turística de Nahuizalco depende, por lo tanto, de que se desarrollen las sinergias entre: *Turismo y cultura Náhuat-Pipil, turistas y comunidad* y entre la cultura *Náhuat-Pipil* local y global. Para alcanzar este objetivo, es vital que se dé una *colaboración* entre las diferentes partes interesadas. Un fenómeno conocido como la “*mezcla sostenible de turismo cultural*” donde principales agentes tienen todos diferentes intereses como los que se enuncian:

- El sector cultural como la Casa de la Cultura de Nahuizalco, tiene especial interés en la conservación de la cultura *Náhuat-Pipil*, y el turismo cultural sostenible garantiza la preservación de esta cultura y su patrimonio.
- Nahuizalco como comunidad se interesa en participar con su práctica turística con el fin de maximizar los beneficios socioculturales y socioeconómicos para sus habitantes.
- Los turistas culturales que visitan Nahuizalco, desean disfrutar de experiencias personales que les permitan sacarle el máximo partido a su estadía.
- El sector turístico necesita obtener ingresos y garantizar el máximo retorno y la continuidad del negocio.

Conciliar los intereses de las diferentes partes es sustancial para un turismo cultural sostenible de Nahuizalco²¹². Este modelo afirma que no tienen que ceder o renunciar a sus intereses por alcanzar un consenso durante ninguna fase del proceso de colaboración. Por el contrario, es un proceso conciliatorio en diferentes etapas (*problemas, directrices y estructuración*) para que resulte fructífera.

Para esta propuesta se formulan *Políticas Turísticas* como herramienta estratégica, para fortalecer sosteniblemente el turismo cultural de Nahuizalco, por lo que proyecta:

- Que los actores turísticos claves de Nahuizalco, comprendan de forma sencilla la interrelación compleja que representa la sinergia de *Turismo, Cultura y Comunidad*.
- Que se potencialice el valor agrado turístico para el desarrollo potencial del municipio.
- Un modelo inclusivo donde sus actores principales son los beneficiados del proyecto.

²¹² Esta consultoría advierte que se desarrolle un debate entre las partes para analizar intereses.



- Busca conocer principalmente el perfil del turista y determinantes de su oferta.
- No se puede hablar de desarrollo para los habitantes, si estos no participan del turismo.
- Un modelo que busca comprender y entender mejorar la práctica turística cultural.
- Apoyo para las autoridades turísticas de Nahuizalco en la toma de decisiones, para el buen desarrollo de su práctica turística.
- Un modelo de rigor conceptual como política turística cultural y de relevancia práctica.

Qué **NO** pretende este modelo de propuesta de fortalecimiento turístico cultural:

- Ser una panacea que resuelva todos los problemas de la práctica turística de Nahuizalco
- Un carga compleja para los actores turísticos claves
- Burocratizar la práctica turística del municipio
- Ser una solución que no se ajuste a los problemas prioritarios de Nahuizalco

XIII. ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO TURÍSTICO CULTURAL

A continuación, como propuesta de esta consultoría, se enmarcan un conjunto de políticas turísticas como herramienta estratégica, que fortalezcan el Sistema Turístico de Nahuizalco:

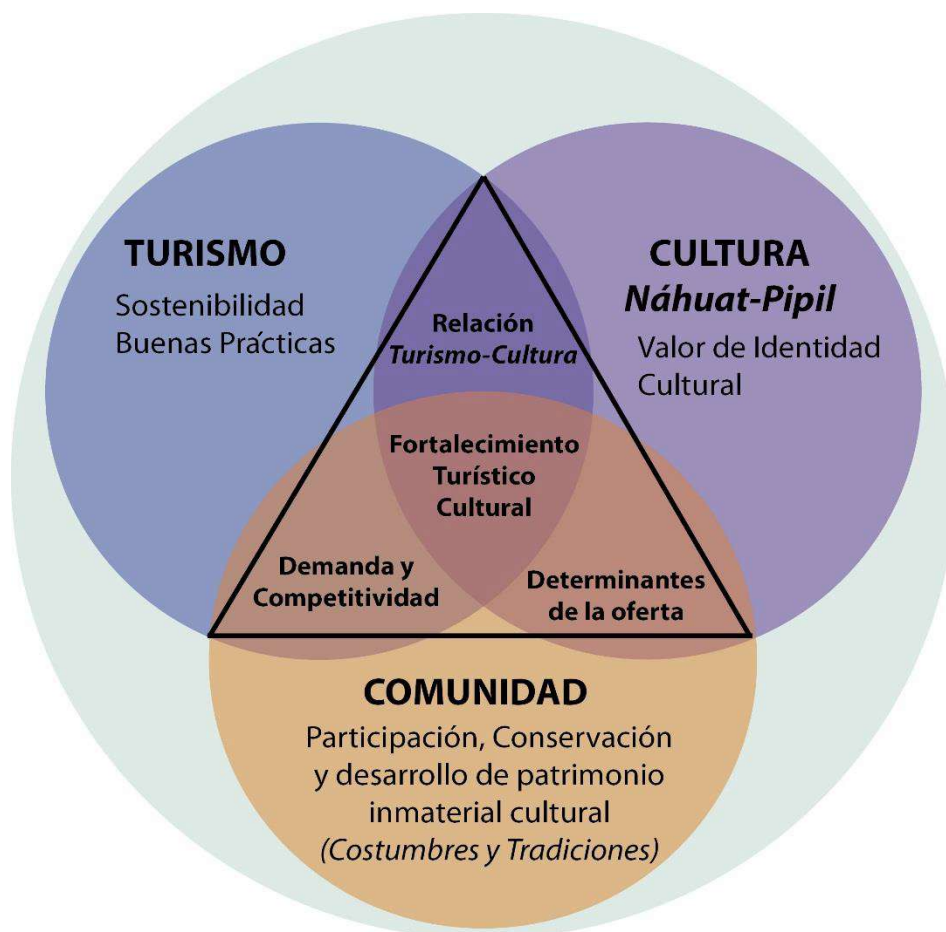
1. MARCO INTRODUCTORIO

La colaboración triangular: *Turismo, cultura y comunidad* forman una sinergia de fortalecimiento sostenible del cualquier *Sistema Turístico de la que pueden beneficiarse los tres ámbitos*. La cultura *Náhuat-Pipil* proporciona el sentido esencial que sustenta a las comunidades de Nahuizalco, y éstas, por su parte, la fomentan, conservan y reproducen. *El turismo* es un medio que fomenta la cultura, proporcionando el contenido fundamental para su práctica. La comunidad también resulta crucial para garantizar la sostenibilidad del turismo, actividad que sustenta económica y socialmente sus actividades de arraigo por sus costumbres y tradiciones. Esta propuesta orienta su funcionamiento relacional entre *turismo, cultura Náhuat-Pipil y comunidad*, prestando especial atención al mercado específico del turismo cultural de Nahuizalco, como a la evolución entre turismo y cultura.

Esta propuesta de consultoría, busca que la simbiosis *turismo y cultura* en Nahuizalco ofrezca un acercamiento al desarrollo del turismo cultural en este histórico municipio, que ha visto crecer las cifras de turistas de sus visitantes durante la última década, un instrumento que contribuye de manera decisiva al desarrollo del turismo de forma significativa, considerando las principales tendencias, oportunidades y retos propios de esta sinergia.

La *figura 4* plasma su interrelación compleja de este modelo turístico, en la que ejemplifica en su contenido mediante una serie de políticas turísticas y directrices; la cooperación de estos tres elementos, respondiendo como propuesta a las interrogantes de esta consultoría.

Figura 4. *Modelo de Fortalecimiento del Sistema Turístico de Nahuizalco “Sentikitis”*



Fuente: Elaboración propia; Apud Organización Mundial del Turismo (2016), Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad. Cfr: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>

En esta propuesta todos y cada una de los actores claves que de alguna forma u otra tienen relación con el Sistema Turístico Cultural, pueden ubicarse en alguno de estos círculos y subconjuntos; estas intersecciones dan la condición para una relación turística cultural:

- Roles simultáneos de la práctica turística
- Una identidad *Náhuat-Pipil*, una cultura histórica
- La implicación de un pueblo indígena artesanalmente laborioso, con un patrimonio cultural inmaterial y el significado de un destino turístico.

Conocer la práctica turística de Nahuizalco es compleja, y más aún cuando los beneficiarios de esta actividad se incluyen como principales actores, el modelo en estudio; estructura una interrelación que muestra una visión en conjunto que no reduce su complejidad, pero si propone atender lineamientos estratégicos turísticos que la fortalezcan. Es un enfoque práctico de mejora del turismo cultural de Nahuizalco. El desafío de esta propuesta es gestionar todos estos atributos mediante una serie políticas que fortalezcan el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.



2. POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN *TURISMO-CULTURA*

El turismo es un medio que fomenta la *cultura Náhuat-Pipil*, prestando un apoyo económico y proporcionando el contenido fundamental para su práctica, mientras que la cultura proporciona lo esencial para el turismo y desarrollo de la comunidad. Este apartado describe las políticas turísticas de mayor aplicabilidad a la práctica del turismo de Nahuizalco que fundamenta la relación *turismo-cultura Náhuat-Pipil*.

2.1 Principios turísticos culturales

En este apartado se expone el espíritu de esta propuesta turística, mediante una serie de principios que dictan en su más amplio sentido, el patrimonio cultural de Nahuizalco, en donde en comunidad y como destino turístico, tienen el derecho y la responsabilidad de comprender, valorar y conservar sus valores culturales²¹³.

a) Introducción

El patrimonio *Náhuat-Pipil* constituye la esencia de una identidad indígena ancestral, un instrumento positivo de crecimiento e intercambio cultural. Ante la creciente práctica turística, la protección, conservación, interpretación y presentación de la diversidad cultural y del patrimonio de Nahuizalco es un importante desafío. Sin embargo, en comunidad se responsabilice de la gestión de este patrimonio, teniendo en cuenta los lineamientos de la presente propuesta y de buenas práctica turísticas.

b) Interacción turismo y patrimonio cultural *Náhuat-Pipil*

El Turismo sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, por su propia naturaleza, ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales. La cultura *Náhuat-Pipil* y su diversidad constituyen el atractivo turístico principal de Nahuizalco. Su práctica turística debe aportar beneficios a sus habitantes en comunidad y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su patrimonio y tradiciones vivas. Con el compromiso y la cooperación entre los actores turísticos y las poblaciones indígenas, se puede llegar a una industria sostenible del turismo cultural en beneficio de las futuras generaciones.

c) Objetivos elementales

Los objetivos importantes de estos principios turísticos culturales, son:

- Fortalecer a los actores turísticos en la gestión y conservación del patrimonio, transmitiendo su importancia tanto a la comunidad como a los visitantes.
- Facilitar que la práctica turística promueva y gestione con la finalidad de respetar y acrecentar el patrimonio y las culturas vivas de Nahuizalco.

²¹³ El espíritu de estos principios turísticos culturales está apoyado en la Carta Internacional sobre turismo cultural, emitidos por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, por sus siglas en inglés ICOMOS (*International Council on Monuments and Sites*). La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo, 12a Asamblea General. (México 1999). Este documento se presenta conforme con su presentación oficial. Cfr. http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf



- Alentar a los actores turísticos claves para formular planes y políticas concretas de desarrollo, objetivos mensurables y estrategias para la presentación e interpretación de sus actividades culturales para su defensa y conservación.

d) Principios turísticos culturales

A continuación se exponen los principios turísticos culturales, nociones que expresan el espíritu cultural de Nahuizalco y de esta propuesta:

- i. El Turismo cultural de Nahuizalco se ha convertido a nivel nacional en uno de los más importantes destinos para el intercambio cultural, por lo que la cultura *Náhuat-Pipil* debe desempeñar un papel importante en la vida de los visitantes. Además se deben establecer programas de interpretación de sus tradiciones y prácticas culturales que oriente su conservación y proporcionen oportunidades responsables para sus habitantes.
- ii. En Nahuizalco la cultura y turismo, es una relación dinámica, que debe gestionarse de modo sostenible, por lo que deben valorarse los impactos progresivos de las actividades turísticas y de desarrollo. Es importante que Nahuizalco conserve su autenticidad del patrimonio cultural. La protección y conservación a largo plazo de sus culturas vivas, y de su contexto medioambiental, debe ser un componente esencial en el desarrollo de lineamientos *sociales, económicos, políticos, culturales y turísticos*.
- iii. La planificación de la conservación del turismo en Nahuizalco con su cultura *Náhuat-Pipil*, debe garantizar que la experiencia del turista le sea satisfactoria y agradable. Para ello se debe ofrecer contenidos de máxima calidad para optimizar la comprensión del turista a cerca de las características significativas de la cultura y la necesidad de su protección. Se debe animar a los turistas para que se sientan como huéspedes bienvenidos, respetando los valores y el estilo de vida de la comunidad de Nahuizalco.
- iv. Deben respetarse los derechos e intereses de las comunidades indígenas de Nahuizalco, facilitando su involucramiento en el proceso de establecer objetivos, estrategias, políticas y métodos para la identificación, conservación, gestión e interpretación de sus propios recursos patrimoniales, de sus prácticas culturales y de sus actuales expresiones culturales, dentro del contexto turístico.
- v. Las autoridades de Nahuizalco deben gestionar la conservación del patrimonio y de las actividades turísticas ya que deben proporcionar beneficios equitativos de carácter económico, social y cultural a sus habitantes, a todos los niveles. Además se deben formar intérpretes con la capacidad de manifestar sus propios valores culturales.
- vi. Los programas de promoción del Turismo Cultural, deben proteger y honrar las características del Patrimonio *Náhuat-Pipil*, produciendo expectativas reales e información responsable en los turistas potenciales, acerca de la cultura específica y de las características patrimoniales de la comunidad, de modo que se proteja su autenticidad y aumente la vivencia de los turistas.



2.2 Código ético para el turismo cultural

El código ético para el turismo cultural desempeña un papel central en la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos los habitantes del municipio de Nahuizalco²¹⁴. Su actividad turística se organiza de modo que permite la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional.

a) Considerandos

- *El turismo, es un factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural.*
- *Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de Nahuizalco y sus comunidades con derechos y obligaciones particulares.*
- *Las políticas y actividades turísticas se realizarán con respeto al patrimonio artístico y cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras. Se concederá particular atención a la protección y a la rehabilitación de la lengua Náhuat-Pipil*
- *Los recursos procedentes de la frecuentación de interés cultural habrían de asignarse preferentemente al mantenimiento, protección y mejora al patrimonio de Nahuizalco.*

b) Reconocimiento

- *La importante dimensión y el papel del turismo cultural de Nahuizalco, como instrumento positivo para aliviar la pobreza y mejorar la calidad de vida de sus habitantes, su potencial para contribuir al desarrollo económico y social del municipio.*
- *Este Código Ético para el Turismo Cultural, servirá de marco de referencia para los diferentes interesados en el sector del turismo, con el objetivo de reducir al mínimo los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente y el patrimonio cultural.*
- *Subraya la necesidad de promover un turismo cultural responsable y sostenible que pueda ser beneficioso para todos los sectores del municipio de Nahuizalco.*
- *Alienta e invita a los actores claves y a otros interesados en el sector del turismo cultural, a estudiar la posibilidad de introducir, leyes, normas y prácticas profesionales, que promuevan el seguimiento eficaz del Código Ético para el Turismo Cultural.*

c) Expresión

- *Se expresa la voluntad de promover una verdadera colaboración entre Turismo, cultura Náhuat-Pipil y comunidad, agentes públicos y privados del desarrollo turístico de Nahuizalco, y deseos de que una asociación y una cooperación de la misma naturaleza se extiendan de forma abierta y equilibrada a las relaciones entre emisores y receptores y entre sus sectores turísticos culturales respectivos.*

²¹⁴ Considerando los preceptos básicos del *Código Ético Mundial para el Turismo* de la OMT (Organización Mundial del Turismo), un documento que permite observar cómo se combina la idea de protección de los bienes y manifestaciones culturales con el uso turístico de los mismos. En este documento puede observarse con claridad cómo la postura es diferente desde el primer momento, cuando se habla de “recursos turísticos” en lugar de denominarlos *recursos culturales*. Apud:

<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>



Las autoridades del Sistema Turístico de Nahuizalco declaran solemnemente:

d) Principios del Código Ético del Turismo Cultural

A continuación, se exponen los principios del Código Ético del turismo Cultural de Nahuizalco y su práctica turística:

Artículo 1: Contribución del turismo cultural al entendimiento y al respeto mutuo

La comunidad de Nahuizalco habrá de reconocer y respetar a los turistas, brindándoles recibimiento hospitalario. Prestar atención a la seguridad como a la destrucción intencionada de instalaciones turísticas o del patrimonio cultural. Los turistas tienen la responsabilidad de recabar información, desde antes de su salida, sobre las características del municipio, por lo que serán conscientes de los riesgos y se comportarán de forma que los reduzcan.

Artículo 2: El turismo cultural, instrumento de desarrollo local sostenible

Los desplazamientos por motivos de religión, educación e intercambio cultural o lingüístico constituyen formas particularmente interesantes de turismo cultural, y merecen fomentarse, es un factor insustituible de sus beneficios económicos, sociales y culturales. Además los actores turísticos de Nahuizalco, tienen el deber de salvaguardar los recursos naturales y culturales, para un crecimiento económico limpio, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer las necesidades y aspiraciones de generaciones presentes y futuras.

Artículo 3: El turismo, factor de aprovechamiento del patrimonio cultural

Los recursos turísticos culturales pertenecen al patrimonio común de Nahuizalco y sus comunidades indígenas en las que presentan derechos y obligaciones que son: mantenimiento, protección, mejora y enriquecimiento de ese patrimonio. Se concederá particular atención a la protección y a la rehabilitación de la lengua Náhuat-Pipil, así como de los lugares de interés histórico. Las políticas y actividades turísticas se realizarán con respeto al patrimonio cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras.

Artículo 4: El turismo, actividad beneficiosa para la cultura y las comunidades

Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población especialmente en la creación directa e indirecta de empleo. La concepción del flujo turístico tenderá a su óptima integración en el tejido económico y social del municipio de Nahuizalco. Se prestará particular atención a los problemas específicos donde el turismo representa con frecuencia una de las escasas oportunidades de desarrollo frente al declive de las actividades económicas tradicionales.

Artículo 5: Aplicación de los principios del Código Ético del Turismo Cultural

Los agentes públicos y privados del desarrollo turístico de Nahuizalco, cooperarán en la aplicación de los presentes principios y controlarán su práctica efectiva. La comprensión y las promociones de los valores éticos, en un espíritu de tolerancia y respeto a la diversidad cultural, son a la vez, fundamento y resultado de un turismo garante.



2.3 Preceptos jurídicos nacionales de turismo y cultura

Para esta propuesta, es oportuno estudiar brevemente el contenido de la *ley de turismo*, como ley de cultura, y los enfoques de cada instrumento jurídico en relación con el turismo cultural.

a) Ley de turismo²¹⁵

Para la práctica turística del país, se cuenta con la *Ley de Turismo*; un instrumento jurídico que emana y descansa el artículo 101 de la Constitución de la república que expresa:

Que es obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo.

Esta ley, tiene por objeto estimular el desarrollo de la actividad turística, contribuyendo al crecimiento económico y social, basada en la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad y rentabilidad. La ley de turismo, exterioriza el potencial del turismo cultural, tomando en referencia las características *culturales e históricas del país*, esto lo enfoca en el artículo 15 de la Ley (2005:5):

“Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural; y se organizará de modo tal que permita la supervivencia, enriquecimiento y el florecimiento de la producción cultural...”

En razón del párrafo anterior y para propósitos de esta propuesta, el **Anexo 1p²¹⁶**, identifica los apartados de la *ley de turismo* que enmarcan el turismo cultural.

b) Ley de cultura²¹⁷

Esta ley tiene como fundamento, el desarrollo, protección y promoción de la cultura, reconociendo a los pueblos indígenas, manteniendo y desarrollando su identidad étnica y cultural. Este instrumento jurídico define la cultura como: el conjunto de valores y creencias que dan forma, orientan y motivan el comportamiento de las personas, cuya génesis reside en la dimensión humana creadora de sentido que se expresa en realidades tangibles e intangibles. Este cuerpo legal pretende impulsar y promover las diferentes expresiones artísticas y culturales del país.

Algunos críticos a esta ley, sostienen que nadie le pone atención a *la cultura*, ni siquiera sus principales protagonistas, *La Cultura* es considerada folclórica y con fundamentos turísticos, se esperaba que su institucionalidad fuera autónoma y descansara en la creación de un Ministerio de Cultura, entre otras detracciones. La *Ley de Cultura* comprende 108 artículos, por lo que para propósitos de esta propuesta se enmarcan apartados principales en relación con la práctica turística (**Ver anexo 2p**).

²¹⁵ Decreto Legislativo N° 899, Diario Oficial. N° 237, Tomo 369, San Salvador, El Salvador, 20 diciembre 2005.

²¹⁶ Los anexos de este capítulo, se encuentra únicamente en el apartado *anexos* de esta propuesta de consultoría.

²¹⁷ Decreto Legislativo N° 442, Diario Oficial. N° 159, Tomo 412, San Salvador, El Salvador, 30 agosto 2016.

2.4 Nahuizalco y su dificultad relacional entre el turismo y la cultura

La combinación de *turismo* y *cultura* es un motor potente para la economía de Nahuizalco, en donde *la cultura Náhuat-Pipil* se ha empleado cada vez más como un elemento básico de los productos turísticos como estrategia de imagen, y *el turismo* se ha integrado a las estrategias del desarrollo como medio de apoyo al legado cultural.

a) Propuesta para superar la dificultad relacional entre el turismo y la cultura

El *turismo cultural* de Nahuizalco presenta dos realidades diferentes: *los actores y actividades turísticas* representados por el Comité de Desarrollo Turístico (CDT) que opera en el Museo Náhuat-Pipil y *los actores y actividades culturales* representadas por la Casa de la Cultura (ver fotografía 1).²¹⁸



Fotografía 1. Dificultad relacional entre Turismo y Cultura en el municipio de Nahuizalco.

Estampa que muestra a la izquierda la ubicación del Museo Náhuat-Pipil (*representante del sector turístico*) y a la derecha La Casa de la Cultura (*gestor de la las actividades culturales*). En ambas instancias, se evidencia una dificultad (*natural*) relacional entre el turismo y patrimonio cultural, en la que cada vez sus desencuentro de una simbiosis organizacional son cada vez mayores. Paradójicamente “*Dios los une y ellas trabajan separados*” Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: Octubre 2016.

Nahuizalco como innumerables destinos turísticos en la tipología de turismo cultural, consideran *la cultura* y *el turismo* como dos ámbitos autónomos y diferenciados:

- *La esfera cultural* representada por la *Casa de la cultura y convivencia* se orienta a las necesidades de consumo de la población local, incluyendo elementos de alta cultura considerados emblema nacional (*como ejemplo los sucesos de la matanza de indígenas de 1932*) y por lo tanto, merecedores de la atención de los turistas.
- *El turismo*, gestionado por el *Comité de Desarrollo Turístico*, lo considera una actividad productiva, relacionada con el ámbito económico y el comercio.

²¹⁸ El Turismo y la Cultura pertenecen a sectores sociales diferentes, cada uno de los cuales tiene sus propios valores, principios y pautas de comportamiento.

La relación entre turismo y cultura *Náhuat-Pipil* debe ser precisa en Nahuizalco, sobre todo que reside en su destino en atracciones naturales y culturales importantes. Sin embargo, se debe realizar una simbiosis de los beneficios de la relación turismo y cultura, lo que provoca que otros emplazamientos de tipologías turísticas y otras formas de cultura se aprovechen.

La práctica turística cultural de Nahuizalco, identifica cuatro cambios claves que han afectado la interpretación de la relación entre *turismo y cultura Náhuat-Pipil*:

- i. El significado de cultura, adquiere un carácter más amplio y profundo.
- ii. Se valoran más las estrechas interrelaciones entre cultura y entornos naturales, mientras que la diversidad cultural se considera cada vez más un recurso esencial para el crecimiento y la innovación.
- iii. El turismo cambia constantemente, también en términos de cómo percibe los recursos culturales y las comunidades que dependen de estos.
- iv. Las políticas han pasado de hacer hincapié en el impacto del turismo en la cultura a asignar un papel más proactivo al turismo a la hora de posibilitar un desarrollo sostenible.

Bajo estas premisas, el turismo cultural de Nahuizalco asume un papel vital en el desarrollo de sus pobladores, en donde la articulación entre *cultura y turismo* estimula la práctica turística, la que advierte una serie de factores que se derivan de esta unión (ver *tabla 2*).

Tabla 2. Factores que estimulan la articulación entre cultura y turismo de Nahuizalco.

Práctica turística	
Demanda	Oferta
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor interés por la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> como manifestación de identidad. • Estilos de consumo que ponen énfasis en el desarrollo personal. • Deseo de experimentar la cultura <i>Náhuat-Pipil</i>. • Creciente importancia de la cultura intangible (<i>costumbres y tradiciones</i>). • Mayor movilidad a otras culturas. • Patrones de consumo y auge de la «<i>economía naranja</i>», crecimiento del turismo y experiencias culturales creativas. • Seguimiento del perfil del turista (<i>motivaciones y experiencias turísticas</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> • En Nahuizalco el turismo ha pasado a verse como un importante sustento económico de la cultura. • Turismo cultural un mercado creciente. • Creciente oferta de cultura como resultado del desarrollo regional. • Información sobre <i>cultura y el turismo</i> mediante las nuevas tecnologías. • Establecer una identidad distinta. • La oferta cultural ha aumentado a la par que la concienciación sobre el patrimonio y las identidades locales, por lo que es imperante el estudio de sus determinantes.

Fuente: elaboración propia

Además de estos factores estimulantes de la relación *cultura- turismo*, la tabla 3 refleja una relación mutuamente benéfica en la que los actores turísticos y culturales, pueden fortalecer el atractivo y competitividad de Nahuizalco, de otros destinos turísticos.



Tabla 3. Simbiosis relacional entre los sectores Turístico y Cultural de Nahuizalco²¹⁹

SECTOR	
Museo Náhuat-Pipil (TURÍSTICO) <p>Es un Museo Comunitario²²⁰ de los Pueblos Originarios de Nahuizalco (<i>Náhuat-Pipil</i>). Representa una ventana expositiva (<i>Historia, fotografías de sus orígenes, artículos domésticos artesanales, piezas arqueológicas, vestimentas típicas, historia de la matanza de indígenas de 1932, bibliografía, artesanías, entre otras exhibiciones</i>). Una plataforma multicultural que permite conocer y comprender las raíces de su cultura ancestral.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lo conforman empresas privadas turísticas y la comunidad (<i>su comercio se realiza fin de semana</i>) • Utiliza recursos de la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> • Dependen de beneficios económicos. • Los recursos culturales son valiosos en los determinantes de la oferta de Nahuizalco • Sus productos incorporan la comercialización de manifestaciones o prácticas culturales. 	Casa de La Cultura (CULTURAL) <p>La Casa de la Cultura y convivencia de Nahuizalco²²¹ constituyen la institución que vela por la cultura en el municipio, una de sus funciones es apoyar la enseñanza de las lenguas, la historia, tradiciones y costumbre de los pueblos indígenas.</p> <p>(Art.89 Casas de Cultura). <i>Ley de Cultura</i>. Decreto Legislativo N° 442, Diario Oficial. N° 159, Tomo 412, El Salvador, 30 agosto 2016.</p>
Características	
<ul style="list-style-type: none"> • Es una entidad pública. (<i>comúnmente no labora fines de semana, permanece cerrado</i>) • Persigue la obtención de fines sociales y, en general, no existe un interés lucrativo. • El valor cultural está relacionado con su propia existencia, conservación es la tarea principal. • La actividad central es la protección de los bienes culturales y la sostenibilidad. 	
Percepción del turismo cultural	
Comercializan valores culturales <i>Náhuat-Pipil</i> y obtienen beneficios económicos	Una oportunidad para difundir valores culturales.
Críticas al otro sector	
Crítica al sector cultural: <p>No se adapta a diferentes perfiles del turista, no reúne los parámetros básicos de un producto turístico comercializable (<i>Fines de semana no tiene atención al turista, por permanecer cerrado</i>).</p>	Crítica al sector turístico: <p>Apropiación de bienes colectivos para el uso privativo, banalización de los símbolos culturales y falta de sensibilidad y respeto por los artesanos y el pueblo indígena en general, más allá de su capacidad de reclamo comercial y lucrativo.</p>
Objeto de Ley en El Salvador	
<p>Estimular el desarrollo de actividad turística, contribuyendo al crecimiento económico y social, basada en la sostenibilidad y rentabilidad (<i>Ley de Turismo</i>)</p>	<p>Desarrollo, protección y promoción de la cultura, reconociendo a los pueblos indígenas, manteniendo y desarrollando su identidad étnica y cultural. (<i>Ley de Cultura</i>)</p>
Relación propuesta Turismo-cultura	
<p><i>La combinación de turismo y cultura es un motor potente para la economía de Nahuizalco, en donde la cultura Náhuat-Pipil se ha empleado cada vez más como un elemento básico de los productos turísticos como estrategia de imagen, y el turismo se ha integrado a las estrategias del desarrollo como medio de apoyo al legado cultural.</i></p>	

Fuente: elaboración propia

²¹⁹ Diversas regiones culturales hacen caso omiso de la creciente evidencia de que el desarrollo efectivo de cultura y turismo es un proceso a largo plazo, y que impulsa: *Valorar y conservar el patrimonio cultural, desarrollo económico y generación de empleo, retener a la población y desarrollar el entendimiento entre culturas.*

²²⁰ El museo comunitario *Náhuat-Pipil* es creado por la misma comunidad de Nahuizalco, que se convierte en una herramienta que simboliza su patrimonio histórico, la identidad indígena de su pueblo y sus formas de organización.

²²¹ La Casa de la Cultura de Nahuizalco, fue inaugurada el 26 de febrero de 1977, coordinada por la Dirección General de Cultura de Ministerio de Educación y por la UNESCO de El Salvador.



La cultura Náhuat-Pipil es un elemento cada vez más importante del producto turístico que genera diferencia; y *el turismo* es un medio que permite aumentarla; generando ingresos que puedan fortalecer el patrimonio cultural y mejorar la calidad de vida de sus habitantes, mediante abundantes beneficios culturales, económicos y sociales:

- Creación de empleos y negocios
- Diversificación de la economía local
- Aumento de ingresos económicos
- Aumento en los ingresos municipales (*Alcaldía*) y fiscales (*Estado*)
- Generación de inversiones locales en recursos patrimoniales históricos
- Atracción de visitantes interesados en la historia de Nahuizalco
- Conservación de la cultura y tradiciones locales históricos
- Creación de orgullo en las comunidades por el patrimonio cultural *Náhuat-Pipil*

Esta ampliación y profundización de la relación entre turismo y cultura se debe en parte a patrones más complejos y fragmentados en la demanda de turismo, sus determinantes de oferta y, en mayor medida, a la mentalidad cambiante en torno a la cultura²²². Por lo tanto, el turismo viene integrándose cada vez más en la cultura, un proceso que se está acelerando a medida que se desarrolla una *economía cultural* más amplia.

b) Propuestas y desafíos para el futuro

La práctica turística de Nahuizalco, estimula un alejamiento de las definiciones tradicionales de producto como consumo del turismo, por una *cultura* basada en un proceso o *una manera de vivir*. Los turistas culturales visitan cada vez más este municipio para tener la vivencia del estilo de vida, la cultura cotidiana y las costumbres. Un reto importante para este municipio, son *las industrias creativas* dentro del turismo cultural, en la medida en que el turismo cada vez más se aleja de su antigua preocupación por paisajes y recursos naturales (*sol y playa*), los turistas participan más en el consumo sensorial y simbólico de imágenes e ideas relacionadas con lugares culturales.

No obstante que Nahuizalco tiene un vasto potencial turístico, expresado en su rico patrimonio de recursos naturales y culturales, paradójicamente también presenta rezagos en áreas rurales e indígenas que no le han permitido despegar hacia un mejor nivel de desarrollo. Un problema común que enfrenta el país y no escapa a este municipio; es la fuerte emigración de jóvenes y adultos en edad productiva hacia la capital del país o hacia Estados Unidos en busca de trabajo; por ello, actualmente se encuentran comunidades habitadas mayoritariamente por mujeres, niños y ancianos. En este sentido la actividad turística, es una oportunidad de desarrollo para ellos y sus comunidades, a través del progreso de pequeñas y medianas empresas en giros como la gastronomía y artesanías

²²² Viene existiendo también un creciente reconocimiento de que el propio turismo, como importante actividad humana, se ha convertido en una forma de cultura. Viajar se ha convertido en una forma de vida para los visitantes, y la cultura de la hospitalidad y de recibir turistas se ha convertido en una parte esencial de los lugares que visitan.



2.5 Organización de la actividad turística cultural de Nahuizalco (*Propuesta*)

El *Comité de Turismo Cultural de Nahuizalco*, es una propuesta de organización creado para promover, ejecutar y desarrollar práctica turística; mediante la simbiosis estratégica de colaboración: *turismo, cultura Náhuat-Pipil y comunidad*. Para cumplir con este objetivo, se presentan colaboradores comprometidos para hacer de Nahuizalco un Municipio turístico cultural²²³ (ver figura 5).

Figura 5: *Propuesta de estructura organizacional de la práctica turística cultural de Nahuizalco*



Funciones y atribuciones:

- **Tiene por objeto** desarrollar e incentivar las acciones orientadas a potenciar el atractivo turístico cultural del Municipio de Nahuizalco.
- **Su misión es** : contribuir y facilitar el desarrollo económico y turístico, a través del incremento en los niveles de competitividad y promoción turística.
- **Objetivo general:** Promover y fomentar las tradiciones y costumbres de identidad *Náhuat-Pipil* y rescatar el patrimonio turístico cultural inmaterial.
- **Función principal:** Planear, organizar y ejecutar, el fomento y desarrollo turístico cultural del municipio de Nahuizalco, en coordinación con las dependencias, entidades y organismos de los sectores: público, social y privado.
- Colaborar en eventos culturales, gastronómicos y turísticos que apoyen a la promoción y difusión del municipio.
- Generar estrategias o políticas turísticas para la promoción de la cultura *Náhuat-Pipil* dentro del municipio.
- Apoyar la vinculación que debe existir entre todas las áreas específicamente entre cultura y turismo para desarrollar eventos de calidad que atraigan el turismo.

Fuente: elaboración propia

²²³ El Comité de Turismo Cultural, debe estar integrado por los presidentes (*propietarios y suplentes*) de cada sector: *turismo, cultura, comunidad y alcaldía*



2.6 Formación, capacitación y sensibilización en Turismo Cultural *Náhuat-Pipil*

Como propuesta y actividad inherente de esta consultoría, se asiste y organiza una *capacitación, formación y sensibilización del turismo cultural Náhuat-Pipil*; a directivos, miembros, representantes, actores y demás participantes de la práctica turística de Nahuizalco. Esta diligencia se considera un instrumento de intervención esencial y se recurre a ella ampliamente, un aprendizaje que constituye en uno de sus principales objetivos, en la que se propone compartir conocimientos teóricos y prácticos con actores claves representados por distintos segmentos de los sectores *turismo, cultura y comunidad* de Nahuizalco; donde inicialmente recibirán los métodos y técnicas de esta consultoría y posteriormente podrán utilizarlos y mejorarlos de forma autónoma.

a) Método y Técnica de capacitación por parte de la consultoría

Una vez definida la organización rectora de la gestión turística de Nahuizalco, es necesario formar, capacitar y sensibilizar el aprendizaje del *Turismo Cultural Náhuat-Pipil*; se inicia con capacitaciones y formaciones periódicas; con la intención de que los organizados conozcan todo el marco teórico y práctico de esta temática turística. Esta consultoría contribuye en el proceso de aprendizaje, desde el punto de vista crítico y creativo, en función de las prácticas y las necesidades de los miembros participantes; facilitando la información y los conocimientos teóricos directamente. La *Sensibilización* es uno de los principales componentes de la realización y desarrollo de esta capacitación, constituyendo una técnica poderosa para el cambio, ampliar conocimientos y competencias especializados, además ayudando a superar temores y resistencia causados por la falta de preparación teórica en el tema o de confianza.

Esta *formación, capacitación y sensibilización en Turismo Cultural Náhuat-Pipil* apunta: una enseñanza de métodos y técnicas turísticas culturales con un alcance para todos los actores claves participantes de la práctica turística de Nahuizalco, entre ellos: *Directivos de Comité de Competitividad Municipal, Miembros de Comité de Desarrollo Turístico, Gestores de Casa de la Cultura, Tour-operadores y guías turísticos, entre otros.*²²⁴

b) Documento teórico pedagógico como insumo de capacitación

Resulta necesario para la capacitación, un documento que contenga el fundamento teórico pedagógico que sea utilizado como un programa de formación definido y determinado que preceda a la aplicación práctica y que pueda continuar durante la implementación de la propuesta de consultoría. Para este propósito, la sensibilización se apoya en un manual escrito por los consultores denominado *Marco Teórico Conceptual, un manual de estudio sobre Turismo Cultural Náhuat-Pipil (2017:132p)*; un instrumento facilitador permitiendo una comprensión integral en Turismo Cultural; teoría de imperante estudio para la práctica turística de este municipio. El *anexo 3p* evidencia la logística de algunas capacitaciones realizadas a lo largo de esta consultoría.

²²⁴ El objetivo es que estos miembros una vez capacitados y formados, repliquen y multipliquen estos conocimientos al resto de participantes de la práctica turística de Nahuizalco.

3. POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN *TURISMO-COMUNIDAD*

El turismo es un medio que fomenta la cultura como un contenido fundamental para su práctica. La comunidad también resulta crucial para garantizar la sostenibilidad del turismo, actividad que sustenta y desarrolla económica y socialmente sus actividades de arraigo por sus costumbres y tradiciones. Esta estrategia expone las políticas turísticas más destacadas de la práctica del turismo de Nahuizalco que fundamenta la relación *turismo-comunidad*.

3.1 *¿Quiénes son los turistas culturales de Nahuizalco? Estudio de su perfil.*

El diagnóstico turístico de Nahuizalco revela una aproximación de la segmentación de su demanda turística, de interés para los objetivos de esta consultoría en la determinación y análisis del *perfil del turista cultural real y potencial* de este municipio (*demanda turística*)²²⁵. Para el estudio del perfil del turista cultural de Nahuizalco, se realizó metodológicamente: como macrovariable *una exploración de contexto* de su Sistema Turístico Cultural; y como microvariable e indicador principal: *el conocimiento del perfil turístico Náhuat-Pipil* y sus *motivaciones-expectativas* culturales respectivamente.

La demanda turística de este cultural municipio, es un componente esencial cuyo estudio pretende utilizar las visiones y enfoques de cada uno de los visitantes encuestados con respecto al turismo cultural y su Sistema; en paralelo con los turistas que visitan *La Ruta de Las Flores*; con lo que se pretende lograr un panorama más claro del perfil del turista de acuerdo con los criterios obtenidos. Para ello se realizaron los siguientes estudios:

a) Estudio del perfil de la demanda turística de Nahuizalco (*Demanda Real*)

Para la determinación del perfil del turista cultural de Nahuizalco (*Demanda Real*), se utilizó metodológicamente: Como técnica cuantitativa una *encuesta turística* y como instrumento un *cuestionario*. La población de este estudio y unidad de análisis está conformada por los turistas (*visitantes o excursionistas*) nacionales e internacionales, que visitan el casco urbano consumidores del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, determinado una muestra de 384²²⁶. La *Tabla 4*, revela el perfil de la demanda turística cultural de Nahuizalco, producto de las encuestas realizadas y del análisis de los resultados obtenidos y recolectados. El *Anexo 12*²²⁷, detalla con precisión la metodología utilizada.

²²⁵ ***Demanda Turística Cultural de Nahuizalco:*** es preciso hacer una descripción de los turistas y su comportamiento en el mercado meta turístico cultural de este municipio (*Demanda Real*) y de la *Ruta de Las Flores* a la que pertenece (*Demanda Potencial*); es importante recalcar y destacar que las características de tipos de viaje que realizan los turistas en estos destinos son de ***naturaleza y cultura***, ya que son los recursos básicos por excelencia de atracción turística; es decir, los turistas encuentran en esta ruta considerada de interés nacional, aquello que buscan; principalmente porque los aspectos mejor valorados por sus visitantes, han sido la naturaleza, culturas ancestrales, la posibilidad de relacionarse y convivir la cultura con la población local y conocer sus formas de vida, así como la posibilidad de realizar compras en sus mercados turísticos.

²²⁶ La presente investigación es cuantitativa, por ello se utiliza el procedimiento de *Muestreo Probabilístico*, y cuando la población es desconocida, se aplica para el cálculo de la *muestra* la fórmula de estudios sencillos. Se encuestaron el 73% de la muestra determinada, esto por razones de flujo turístico y la temporalidad del estudio. Sin embargo se considera una cifra aceptable para los propósitos de esta consultoría. ***Nota Aclaratoria:*** La muestra de turistas que se realizó en Nahuizalco fue de 200 encuestados, sin embargo para los propósitos de análisis del perfil de la demanda turística; se sumaron 80 muestras de excursionistas que visitan este municipio, pero que se encuestaron en diversos pueblos de *La Ruta de Las Flores*.

²²⁷ Para el Trabajo Académico es referido el anexo 12, pero para esta propuesta se sintetiza en el anexo 9 de informe de diagnóstico.



Tabla 4. Propuesta del perfil del turista cultural de Nahuizalco (*Demanda Real*)

Socio-demográfico	Nacionalidad: Salvadoreña (96%) ²²⁸ . Predominio de zona central del país (64%).	
	Extranjeros: (4%). Influye Estados Unidos de América.	
	Género: Femenino (60%) y Masculino (40)%.	
	Edad: Rango de 18 a 40 años, lo que representa el (65%).	
	Estado Civil: (57%) soltero, un (28%) son casados	
Ruta de la Flores	Nivel de estudio: (62%) son universitarios	
	Ocupación: (49%) empleados del sector formal, y (27%) comunidad estudiantil.	
	Acompañamiento de viaje: (54%) se acompaña en familia	
	Medio de transporte utilizado: cuenta propia (50%) y un (24%) tour turísticos	
	Categoría de visitante: Excursionistas del día (46%), y (42%) turistas <i>Ruta de Las Flores</i>	
Hábitos y motivaciones del turista cultural	Practica turismo cultural: (81%) conoce de esta tipología turística	
	¿Por qué elige esta ruta (34%) por su clima, mientras que un (22%) por su entorno Cultural	
	En el último año: Cantidad de veces que visita La Ruta de Las Flores	
	Más de una vez (66%), y solamente han visitado en el último año una vez (34%)	
	¿Cuál es el potencial turístico de La Ruta de Las Flores?	30% cultural, 26% gastronomía, 25% naturaleza y clima y 12% artesanías
	¿Qué tipo de práctica turística se realiza en Ruta de Las Flores?	40% cultural, 23% gastronómico, 18% ecológico y 12% turismo rural.
	Visita a Ruta de Las Flores	Municipio MÁS visitado: Juayúa (46%)
		Municipio MENOS visitado: Ahuachapán (62%)
	¿Cómo se enteró de Nahuizalco como destino turístico?	
	44% cuenta propia y recomendaciones y 26% Redes sociales.	
	¿Qué le motiva visitar Nahuizalco	Turista culturalmente
	41% conocer los atractivos culturales del municipio.	Motivado
	19% Conocer y comprender la cultura Náhuat-Pipil	Inspirado
	18% realiza actividades turísticas culturales	Atraído
	El atractivo turístico que más le agrada	
Turistas culturales potenciales	Mercadito nocturno (30%); artesanías locales (29%), infraestructura colonial que comprende la Iglesia (14%), museo Náhuat-Pipil (8%) y plaza central (7%).	
	¿Por qué medio publicitario conoció de la oferta turística?	
	El 58% de los entrevistados no dispusieron de medios promocionales o publicitarios, y un 20% lo conoce por medio de exposiciones culturales y artesanales.	
	Eventos culturales más visitados.	43% Día de la Ruta de Las Flores, 18% Ferias artesanales, 13% Semana Santa y 11% Día de Canchules
	Términos de competitividad turística de Nahuizalco	
	Principal fortaleza	Principal debilidad
	36% las artesanías y 25% y la cultura.	49% la inseguridad y
	Lo diferencia del resto.	26% no da a conocer sus atractivos turísticos.
	Percepción de Pueblos Vivos.	36% generación de ingresos, 29% dar a conocer su cultura, 21% impulsa atractivos.
	¿Cuánto de presupuesto destinado para su consumo en Nahuizalco?	42% destina entre \$20 y \$40 dólares, 35% consumen más de \$40 dólares y 23% presupuesta entre \$10 y \$20.
Expectativas	Calificación de visita Nahuizalco:	
	49% satisfactorio, 32% normal y 19% insatisfechos	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué debe tener Nahuizalco para que sea más visitado? 20% demanda hostales y un 21% un atención turística ¿Disposición a practicar el turismo cultural en Nahuizalco? El 86% está dispuesto a la práctica turística cultural. 	
Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> Servicios turísticos: prácticas culturales propias del municipio (56%): <i>hablantes Náhuat-Pipil, costumbres y tradiciones, artesanías, actos culturales y leyendas.</i> Turísticamente atractivo: Incremento de actividades culturales (29%), marcar la diferencia y darse a conocer (24%) y mejorar la atención de los turistas (23%). 	

Fuente: Elaboración propia.

²²⁸ Los porcentajes revelados, corresponden a las mayores ponderaciones de los resultados tabulados (*Ver anexo 12*).

b) Estudio del perfil de la demanda turística *Ruta de Las Flores (Demanda Potencial)*

Para la determinación del perfil del turista cultural potencial de Nahuizalco se utilizó metodológicamente la misma técnica e instrumento del estudio de la demanda real. La unidades de análisis son los turistas (*visitantes o excursionistas*) nacionales e internacionales, que visitan la *Ruta de Las Flores (Nahuizalco se excluye, por tener su propia población de estudio)*. Se determinó una muestra de 384²²⁹. Para su distribución, se utilizó el procedimiento de la *proporción (similar al muestreo estratificado)* que representa cada grupo respecto al total de la población.

El *anexo 13*²³⁰ comenta la metodología, instrumentos y sus resultados. La *Tabla 5*, revela el perfil de la demanda turística cultural de *La Ruta de Las Flores*, producto de las encuestas realizadas y del análisis de los resultados obtenidos y recolectados.

Tabla 5. Propuesta del perfil del turista cultural (*Demanda Potencial de Nahuizalco*)

Socio-demográfico	Nacionalidad: Salvadoreña (99%). Predominio de zona central del país (67%).	
	Extranjeros: (1%). Influye Europa y Estados Unidos de América.	
	Género: Femenino (54%) y Masculino (46%).	
	Edad: Rango de 18 a 40 años, lo que representa el (67%)	
	Estado Civil: (56%) soltero, un (29%) son casados	
Ruta de la Flores	Nivel de estudio: (53%) son universitarios	
	Ocupación: (41%) empleados del sector formal, y (34%) comunidad estudiantil.	
	Acompañamiento de viaje: (64%) se acompaña en familia	
	Medio de transporte utilizado: cuenta propia (70%) y un (15%) tour turísticos	
	Categoría de visitante: Excursionistas del día (64%), y (33%) turistas <i>Ruta de Las Flores</i>	
Turistas culturales potenciales	Practica turismo cultural: (53%) conoce de esta tipología turística	
	¿Por qué elige esta ruta (36%) por su clima, mientras que un (13%) por su entorno Cultural	
	En el último año: Cantidad de veces que visita La Ruta de Las Flores	
	Más de una vez (61%), y solamente han visitado en el último año una vez (39%)	
	¿Cuál es el potencial turístico de La Ruta de Las Flores?	41% gastronomía, 19% cultural, 26% naturaleza y clima y 10% artesanías.
Expectativas	¿Qué tipo de práctica turística se realiza en Ruta de Las Flores?	53% cultural, 29% ecológico y 8% turismo rural.
	Visita a Ruta de Las Flores	Municipio MÁS visitado: Juayúa (42%)
		Municipio MENOS visitado: Nahuizalco (59%)
	42% se dirigen a otros municipios, 14% no conocen el municipio, 16% no les llama la atención.	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué debe tener Nahuizalco para que sea más visitado? 48% exposiciones culturales y un 43% un atención turística ¿Disposición a practicar el turismo cultural en Nahuizalco? El 80% está dispuesto a la práctica turística cultural. 	
	<ul style="list-style-type: none"> Servicios turísticos: prácticas culturales propias del municipio (58%): <i>hablantes Náhuat-Pipil, costumbres y tradiciones, artesanías, actos culturales y leyendas.</i> Turísticamente atractivo: Incremento de actividades culturales (37%), marcar la diferencia y darse a conocer (15%) y mejorar la atención de los turistas (36%). 	

Fuente: Elaboración propia.

²²⁹ El estudio se realizó en su mayor parte en la celebración “*Día de la Zona de la Ruta de las Flores de El Salvador*”, el primer domingo del mes de octubre de 2016 y culminando en diciembre del mismo año. Se encuestó el 70% de la muestra determinada (*ya contempla la resta de 80 encuestas que fueron analizadas en la demanda real*), esto por razones de flujo turístico en algunos municipios de la *Ruta de Las Flores* y la temporalidad de este estudio. Sin embargo se considera una cifra aceptable para los propósitos de la propuesta de esta consultoría.

²³⁰ Para el Trabajo Académico es referido *el anexo 13*, pero para esta propuesta se sintetiza en el anexo 10 de informe de diagnóstico.

c) Propuestas y desafíos para el futuro

El turismo cultural en Nahuizalco es una tipología emergente, con amplio margen de desarrollo, su evolución dependerá de dos aspectos claves:

- *El contexto general de cambio en el que se desarrolla la actividad turística y*
- *La rapidez con que se está modificando el cuadro motivacional y el comportamiento del consumidor, y de la demanda turística en particular.*

En este contexto más allá de los resultados y tendencias analizadas, se identifican *tres propuestas básicas* al analizar el futuro de la *demanda turística de Nahuizalco*:

- La capacidad de Nahuizalco como destino turístico:** la variable *cultura Náhuat-Pipil* rodeado de sus artesanías e historia; abastece de forma emergente las necesidades de su mercado turístico; lo que representa un potencial crecimiento. Comentarios muy generalizados de un buen número de turistas es que “*Nahuizalco es un gigante turístico cultural adormecido*”. El problema, no radica en la disposición de la capacidad de gestión adecuada y suficiente, sino la falta de visión de los gestores de este destino en darse cuenta de este reto y en implementar estrategias que aseguren una segmentación adecuada de la demanda y un control de la afluencia turística.
- Gestión *holística* de los destinos turísticos culturales:** Nahuizalco presenta un gran reto relacionado con la gestión de los flujos turísticos, con un carácter más regional, que supera el ámbito individual de su destino, y que exige de la conformación de redes, rutas o circuitos turísticos, en las que se adopte políticas de que faciliten el intercambio cultural de los destinos. *Ruta de La Flores y Ruta Náhuat-Pipil*, son rutas o circuitos que demandan generar una dinámica de gestión de flujos que supere el estricto ámbito del destino, a partir de la conformación de productos turísticos, respetando la idiosincrasia de los distintos destinos que la conforman.
- Creación del producto turístico (*único, exclusivo y diferenciador*).** Los turistas ya no se dedican únicamente a visitar un destino, hoy día; contemplan la cocreación, o creación compartida de productos turísticos, como un elemento básico de *la economía de la experiencia*. El reto de las autoridades turísticas de Nahuizalco, está en generar propuestas que faciliten y generen la interacción de un entorno favorecedor de la creatividad del turista, involucrándolo en el proceso productivo del propio destino, facilitando con ello la generación de emociones en la experiencia del viaje. El *CDT* de Nahuizalco, habrá de cambiar la percepción cultural en la relación con el turista.



3.2 Propuesta de Modelo de competitividad turística cultural de Nahuizalco

Este apartado de propuesta de consultoría, tiene el propósito de presentar para el municipio de Nahuizalco, una nueva visión del concepto de competitividad como destino turístico²³¹, analizando sus distintos componentes y explicando cómo se puede intervenir sobre ellos para el fortalecimiento del *poder competitivo* de este municipio cultural.

La competitividad de un destino está determinada por una serie de factores (*tangibles e intangibles*) de distinta naturaleza, que en conjunto inciden fuertemente en la capacidad competitiva del lugar. Su definición presenta variadas interpretaciones.

a) Factores incidentes en la competitividad turística de Nahuizalco

En el campo del turismo, la competitividad es la capacidad de un municipio de alcanzar sus objetivos turísticos de *forma sostenible* superior al promedio. González Sergio. E. (2002). Manifiesta²³²:

“Que a diferencia de otras industrias, los destinos turísticos compiten por las preferencias de los viajeros con recursos distintos y todo apunta hacia el conocimiento preciso de sus motivaciones” (p.14-15).

Nahuizalco construye la competitividad sobre la relación determinante *turista-destino*, reconocimiento de *la cultura* como una variable estratégica en su construcción.

Acerenza Miguel. A. (2009) define competitividad turística como:

La capacidad de los actores que intervienen en la actividad turística de un país, de una región o de una zona para alcanzar sus objetivos por encima de la media del sector, de manera sostenible y sostenida; consiguiendo la máxima satisfacción para los turistas. Es decir la capacidad del destino para competir en las distintas combinaciones producto-mercado, con las ofertas presentadas por los destinos competidores. (p.13).²³³

La existencia de un conjunto de factores básicos y avanzados en los destinos turísticos no garantiza la competitividad. En Nahuizalco existen elementos que contribuyen (*capacidad competitiva de las empresas turísticas, legado cultural, dotación de infraestructura, hospitalidad de sus habitantes y un entorno cultural e institucional*), que se deben mantener, fortalecer y aprovechar al máximo como ventajas competitivas sostenibles²³⁴

²³¹ Esta propuesta parte de la premisa que un *destino turístico*, es una entidad que produce y comercializa productos y servicios en los mercados, que debe establecer estrategias para poder competir con éxito donde se promueva.

²³² Tomado de *Turismo, Beneficio para todos* (Editorial SIGLO XXI, México, 2002).

²³³ La competitividad de los destinos turísticos, se ha convertido hoy día en un reto que se debe afrontar para poder competir con éxito en los mercados que se caracterizan por ser globalizados, cambiantes y altamente competitivos.

²³⁴ Capacidad para desarrollar en el tiempo una posición favorable (*competitiva*) al tiempo que se logran resultados superiores. Michael Porter en su libro *Estrategia Competitiva*, enfoca tres estrategias genéricas para crear y mantener una ventaja competitiva: *liderazgo en costo, diferenciación y enfoque*: La competencia está en el centro del éxito o del fracaso de los destinos turísticos. La estrategia competitiva es la búsqueda de una posición favorable en el sector turístico, la arena en la que ocurre la competencia.

Las ventajas competitivas deben estar en el centro del desempeño turístico de Nahuizalco, las que brindarán poder competitivo ante las ofertas de los destinos competidores. *La cultura Náhuat-Pipil* es una ventaja cultural importante para el turismo, un eje central de su competitividad turística y una variable por excelencia para la diferenciación estratégica respecto de otros destinos pertenecientes a municipios participantes de como la *Ruta de Las Flores* o de *La Ruta Náhuat-Pipil*. Su éxito *turístico-cultural* descansa en una sinergia positiva entre *cultura* y *turismo*. Esta consultoría destaca una serie de *ventajas competitivas*, que Nahuizalco presenta como destino turístico, que puede aprovechar sobre todo en los mercados de turismo cultural que pretenda promover y comercializar.

La competitividad de Nahuizalco como destino turístico dependerá de la combinación y sinergias de un conjunto de factores (*Ver tabla 6*).

Tabla 6. Factores y ventajas competitivas de Nahuizalco como destino turístico

FACTORES INCIDENTES DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA CULTURAL DE NAHUIZALCO

TANGIBLES (Producto que ofrece y su precio)	INTANGIBLES (Calidad integral del destino)
Atractividad de la Cultura <i>Náhuat-Pipil</i>	Calidad paisajística del entorno cultural
Capacidad de satisfacer las motivaciones de los turistas culturales (<i>Atendiendo Perfil</i>)	Creatividad e innovación <i>turístico-cultural</i>
Poder competitivo ante las ofertas	Desarrollo de nuevas atracciones
Percepción cultural de los atractivos turísticos	Actitud competitiva y habilidad de gestión
Estrategia de Imagen-Marca Municipio	Imagen del casco urbano
Ventaja competitiva de productos turísticos	Marca Municipio (<i>Identidad Cultural</i>)

VENTAJAS COMPETITIVAS SOSTENIBLES

ESTRUCTURALES Relación de Nahuizalco con los mercados	FUNCIONALES Capacidad y habilidad para gestionar la promoción y comercialización
Mercado turístico Cultural cercano y accesible “ <i>Mercado Nocturno</i> ”	<i>La cultura</i> , como atributo que más valoran los turistas de acuerdo a su motivación.
Relación tiempo-costo para llegar al destino	Producto turístico cultural sostenible
La cultura <i>Náhuat-Pipil</i> como un poder competitivo favorable ante otros destinos	Gestión promocional de la Marca Municipio

Fuente: Elaboración propia.

Esta relación no ocurre automáticamente en este histórico municipio: se tiene que proponer, crear, desarrollar y gestionar, para ello este estudio identifica estos criterios:



- Permanencia de actividades culturales dentro de la práctica turística
- Grado de participación de turistas y miembros de la comunidad
- Capacidad de producir bienes y servicios turísticos-culturales (contexto local)
- Interdependencia de actividades turísticas-culturales
- Capacidad organizacional de las autoridades turísticas
- Gobernanza y gestión de la relación entre el *turismo-cultura*
- La cultura *Náhuat-Pipil* como medio para el desarrollo económico y social
- La existencia de una política turística cultural estratégicamente sostenible

b) La cultura y el turismo motores de competitividad de Nahuizalco²³⁵

La cultura y el turismo son importantes impulsores del atractivo y la competitividad de Nahuizalco; un municipio que debe desarrollar de forma activa sus activos tangibles e intangibles como medios para tener una *ventaja comparativa*²³⁶ en un mercado turístico cada vez más competitivo, y para crear una distinción local de cara a la globalización. El binomio *cultura y turismo* tienen una relación mutuamente benéfica que puede fortalecer el Sistema Turístico y su competitividad. Para ello, se sugiere atender lo siguiente:

- La cultura* debe ser un elemento de importancia del producto turístico, ya que marca una distinción en un mercado segmentado. Al mismo tiempo, *el turismo* debe ofrecer un importante medio de poner la cultura *Náhuat-Pipil* de relieve y generar ingresos que pueden apoyar y fortalecer el patrimonio cultural del Municipio. *La cultura y el turismo* deben estar ligados por sus obvias sinergias y potencial crecimiento.
- En Nahuizalco, *el turismo cultural* se debe practicar cada vez más para promover el destino turístico. El creciente uso de la cultura y la creatividad para su comercialización le inyecta presión a la necesidad *de diferenciar las identidades e imágenes del municipio* y aprovechar los elementos culturales para comercializar la marca destino.
- Las alianzas deben ser esenciales*. La complejidad del *sector cultural* y del *sector turístico* del municipio implica que se deben crear plataformas para apoyar la colaboración y se deben encontrar mecanismos para cerciorarse de que estos dos sectores puedan comunicarse eficazmente. Las comunidades locales están empezando a reunirse para desarrollar *productos culturales para el turismo* en lugar de competir directamente entre sí. Es prioritario una política turística cultural que involucren alianzas entre el sector público y privado, reuniendo una gama más amplia de interesados para aprovechar la cultura; no sólo por un destino atractivo para los visitantes, sino un municipio que desarrolle la calidad de vida de sus habitantes.

²³⁵ Este estudio retoma la metodología de la versión completa: OCDE (2009), *The Impact of Culture on Tourism*, OECD, Paris, Spanish translation the Tourism Ministry of México of pp. 375, only available on Internet.
Cfr: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf> y www.oecd.org/cfe/tourism.

²³⁶ En el turismo, la *ventaja comparativa* frente a otros destinos; deriva en gran medida de los recursos de los que esté dotado como un legado o mediante recursos creados. El economista clásico *David Ricardo (1817)*, infundió la idea de la *ventaja comparativa*, en la que un país debe especializarse donde más ventaja tiene dadas sus condiciones.



- iv. *La cultura* en todas sus formas figura en el producto turístico y en la promoción de Nahuizalco, incluso de aquellas prácticas que tradicionalmente han dependido de sus ventajas naturales. En la generalidad los destinos están aumentando su ventaja comparativa, agregando valor a su acervo de atractivos culturales y desarrollando su creatividad cultural intangible.

c) Ventajas Comparativas y Competitivas de la práctica turística de Nahuizalco

La competitividad de Nahuizalco como atractivo turístico, se determina por los siguientes factores, que a su vez determinan sus *ventajas comparativas y competitivas*²³⁷:

- **Recursos principales y atrayentes** (*Geografía, cultura e historia, tradiciones, costumbres, mercado turístico, artesanías, eventos y actividades culturales*)
- **Factores de apoyo y recursos** (*infraestructura, accesibilidad, , hospitalidad*)
- **Gestión del destino** (*recursos, productos, mercado, gobernanza, uso turístico, calidad de servicios turísticos, gestión de visitantes*)
- **Determinantes calificadores** (*ubicación, interdependencias, marca municipio*)²³⁸

Con estos componentes, esta propuesta determina las ventajas comparativas y competitivas con las que Nahuizalco enfrenta su práctica turística frente a otros destinos:

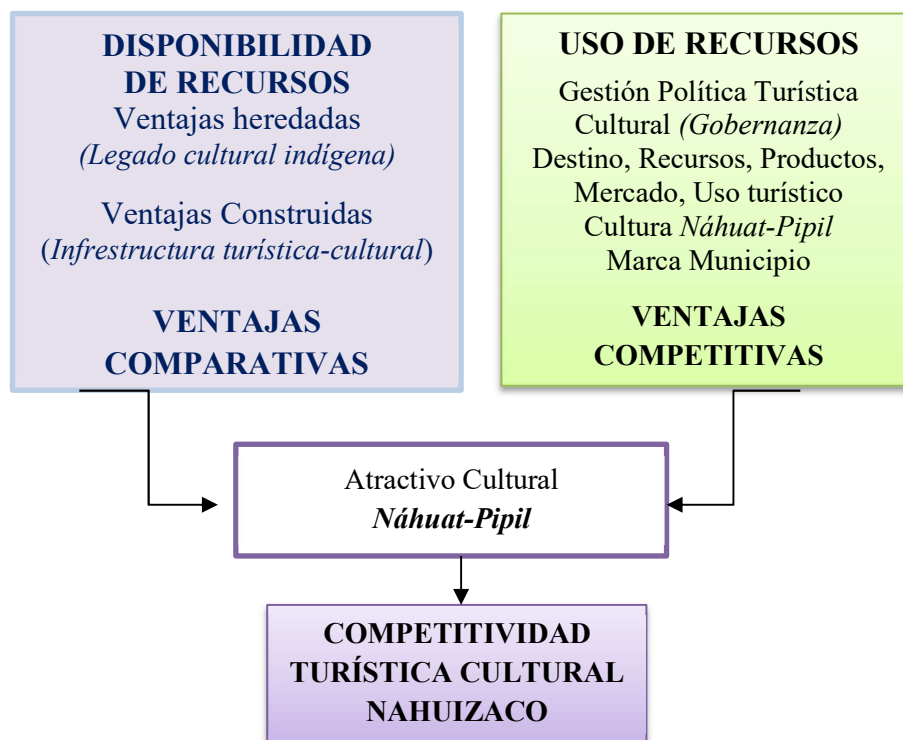
- i. **Ventajas comparativas:** deriva en gran medida de los recursos de los que está dotado Nahuizalco como el legado cultural *Náhuat-Pipil*: recursos heredados (*recursos naturales, ventajas culturales y patrimonio inmaterial*), recursos creados (*infraestructura de turismo, actividades en oferta, otros*), factores de apoyo (*infraestructura en general, calidad del servicio, acceso al destino, otros*.) y factores de gestión del destino (*Marca Municipio*)
- ii. **Ventaja competitiva:** depende más del despliegue de recursos (*Destino, producto, mercado, recursos, gobernanza del destino*), sumado los aspectos más intangibles (*sentido empresarial, identidad cultural, hospitalidad de los habitantes, participación y asociaciones*) son los más importantes para marcar *una diferencia*. La capacidad de organización entre Comité de Competitividad Municipal (CCM) , Comité de Desarrollo turístico (CDT) y Casa de La Cultura, le permitirá a Nahuizalco, aprovechar mejor sus ventajas tanto heredadas como construidas para la atracción de flujos de visitantes.

²³⁷ **La ventaja comparativa:** ventaja natural que goza Nahuizalco sobre otro destino, en cuanto al costo de producir algún producto turístico (*no hay acción extraordinaria por esta ventaja*). **La ventaja competitiva:** agrega valor al producto turístico, lo que hace una diferencia con el resto de los destinos competidores, para que sea efectiva debe ser difícil de igualar, sostenida en el tiempo, única y superior a la industria turística: Las estrategias más conocidas son: *Diferenciación*, una oferta turística exclusiva y *liderazgo en costos* su comercialización es masiva.

²³⁸ **La cultura** tradicionalmente no se incluye como factor de cálculo de un destino competitivo, en parte por su difícil medición y porque no se considera como variable relevante en las decisiones turísticas.

Nahuizalco posee atractivos turísticos basados en sus *ventajas heredadas*, pero enfrenta el desafío de mejorar su capacidad y habilidad para transformar estos factores adquiridos, en prácticas turísticas sostenibles; por lo que es necesario que las autoridades turísticas, organicen sus recursos de la manera más eficiente para producir ventajas competitivas. La figura 6, muestra gráficamente la propuesta de competitividad turística de Nahuizalco.

Figura 6. *Ventajas Comparativas y Competitivas de Nahuizalco como destino turístico*



Fuente: Elaboración propia, adaptado de Cfr: OECD (2009:24), *The Impact of Culture on Tourism*, OECD, Paris, Spanish translation by the Tourism Ministry of Mexico of pp. 375, only available on Internet. Cfr: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf>

Actualmente la práctica turística de Nahuizalco, se encuentra en la simple explotación de sus *ventajas comparativas (recursos disponibles)*, comportamiento que amenaza la competitividad; la que no será sostenible en el tiempo; sobre todo si proponen ante la realidad competitiva, estrategias sustentadas en factores de dotación natural o cultural. Esta propuesta incluye procesos de aprendizaje y mejora continua, en la que apoyados en las *ventajas comparativas*, permita transitar hacia las *ventajas competitivas (uso de los recursos guiados por una política turística)* que permitan el mejor aprovechamiento de esa dotación inicial de recursos. La Organización Mundial del Turismo (OMT) afirma:



Que la posición competitiva del conjunto turístico debe basarse en sus ventajas competitivas y no tanto en las ventajas comparativas, tal y como nos hacían creer las teorías tradicionales. No obstante, algunas ventajas comparativas, tales como el patrimonio sociocultural y natural, pueden convertirse, si se actúa con inteligencia, en ventajas competitivas (OMT, 2001:74).

d) Patrimonio cultural Náhuat-Pipil, potencial ventaja competitiva sostenible

No resulta fácil construir una *ventaja competitiva sostenible*²³⁹, conceptualmente significa que Nahuizalco debe mantener este tipo de ventajas por un período sostenido de tiempo; lo que representa para sus autoridades turísticas un verdadero desafío. Este aparatado de propuesta considera que para este municipio el patrimonio cultural sostenido bajo la práctica turística *indígena Náhuat-Pipil*²⁴⁰, es una potencial ventaja competitiva; que se debe considerar al momento de tomar decisiones en el análisis del perfil de la demanda o las determinantes de la oferta turística.

Esta forma de hacer turismo invita a los visitantes a compartir de forma esencial a conocer costumbres cotidianas (*auténticas y ancestrales*), *tradiciones, rituales, estilos de vida, lengua Náhuat-Pipil, cosmovisión espiritual*, y en general actividades que permiten un intercambio cultural genuino entre las comunidades indígenas locales y quienes las visitan (*Turistas y excursionistas*). Esta práctica fortalece competitivamente su identidad cultural, al mismo tiempo que protege el medioambiente y se respetan sus valores.

Paradójicamente la *identidad cultural* no es una variable de relevante importancia por los principales modelos de estudio o análisis de competitividad de un destino turístico. Para ello se deben realizar esfuerzos por parte de las autoridades turísticas de Nahuizalco: *promoviendo y haciendo inversiones en territorios indígenas, participando activamente en sus ceremonias y rituales*, que den cuenta de una identidad indígena *Náhuat-Pipil* como un producto turístico traducido en una ventaja competitiva sostenible.

Esta propuesta requiere además de directrices estratégicas turísticas, del cumplimiento y respeto de diversas legislaciones como la *Ordenanza Municipal sobre Derechos de Comunidades Indígenas asentadas en el municipio de Nahuizalco (Sonsonate)* entre otras declaraciones y convenios sobre pueblos indígenas, con derecho al desarrollo, la participación, mantenimiento y revitalización de su cultura. A ello, se suma una participación activa de la comunidad, artesanos, empresarios y emprendedores quienes trabajan por que Nahuizalco avance en el desarrollo de un turismo cultural sostenible.

²³⁹ Una ventaja competitiva es sostenible, cuando persiste a pesar de los esfuerzos de la competencia turística, o de nuevos destinos interesados en la industria del turismo cultural.

²⁴⁰ Aún no existe consenso entre los especialistas respecto de cómo denominar *Turismo Indígena*, sin embargo los autores Katherine Castro *et. al* (1993) en su libro *Turismo. Una apuesta al desarrollo de las comunidades Indígenas de Chile*, lo definen: *como aquella actividad turística abordada y manejada por comunidades y/o familias indígenas, conjugando sus costumbres y tradiciones, ancestrales con el visitante o turista.*

e) Modelo de competitividad turística cultural de Nahuizalco

Los factores o variables que hacen que un destino turístico sea competitivo, han sido plasmados en diferentes modelos adoptando elementos de la obra de Michael Porter (1990) sobre competitividad. Esta consultoría propone uno de los modelos de competitividad que promueve la OMT denominado *El Diamante de Porter*²⁴¹, un marco que representa los principales motores de competitividad y donde se gestan las ventajas competitivas: *condiciones de factor*; *condiciones de demanda*; *industrias relacionadas y de apoyo*, y *estrategia, estructura y competencia de la industria*. Dos variables auxiliares complementan: *la gobernanza y los hechos fortuitos o causales*. Para esta propuesta de Nahuizalco como destino turístico competitivo se adopta este instrumento metodológico.

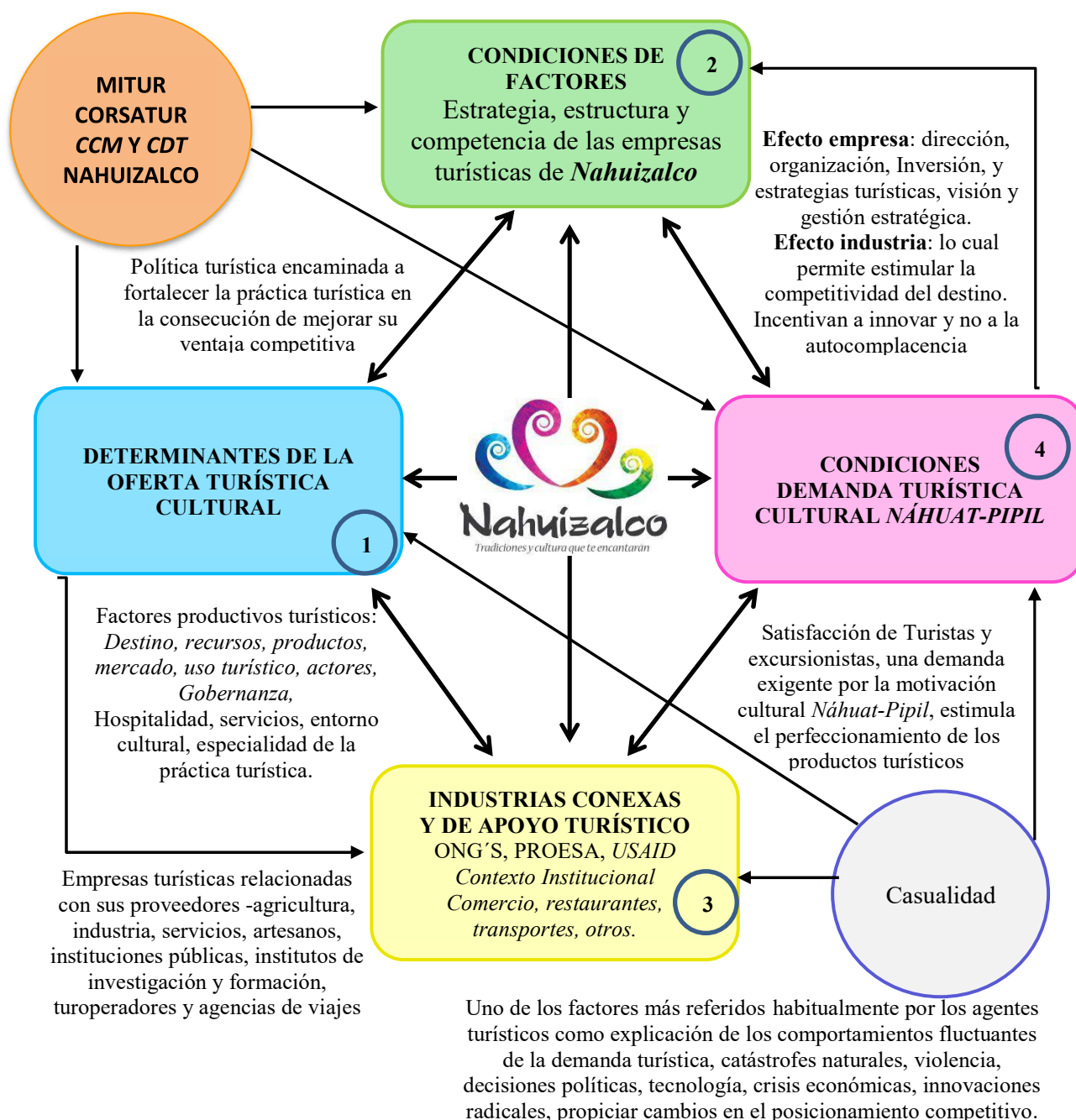
Este modelo analiza la competitividad de los territorios, en general y de los destinos turísticos en particular; parte del enfoque estratégico y estructural *de la competencia turística*, considerando que existen *destinos y productos* competitivos que dependen de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar permanentemente. Sus determinantes juegan un papel importante con otros factores presentes en el destino, tales como *su política turística cultural*, las características de los factores productivos (*Determinantes de la Oferta Turística*), el perfil de la demanda, los factores causales y relaciones de sinergias; donde no sólo supone factores macroeconómicos (*análisis del entorno*), sino microeconómicos (*análisis interno*), todos estos elementos conforman un entramado diverso y complejo de recursos, atractivos, productos, infraestructuras, servicios, equipos, y numerosas instituciones de apoyo (MITUR, *Comité de desarrollo Turístico*, *Casa de la Cultura*, *ONG's*, y *otros*); que se ocupan de como Nahuizalco oferta actividades turísticas culturales dirigidas a determinados segmentos de la demanda.

Se propone en Nahuizalco como destino turístico un *Diamante Competitivo*, que condiciona o determina su competitividad frente a otros destinos, conformado por determinantes (*empresas y servicios turísticos*) relacionados entre sí, y de la que se debe disponer de estrategias *diferenciadoras sostenibles*, con características distintas a otros mercados turísticos culturales.

A continuación se expone en la *figura 7*, una propuesta de modelo explicativo de competitividad turística cultural sostenible para Nahuizalco.

²⁴¹ En su libro *Introducción al turismo* (2002), expone tres modelos de competitividad: el propuesto por Michael Porter (autoridad reconocida en temas de estrategia), Sugerido por el Fondo Económico Mundial y el Modelo de Competitividad de Calgary. El modelo más utilizado por los destinos turísticos es “*El Diamante de Competitividad*” de Michael Porter (1990). Un sistema mutuamente autorreforzante, ya que el efecto de un determinante depende del estado de los otros. Porter usó este diamante para determinar ventajas competitivas, e hizo énfasis en la importancia en las industrias relacionadas. Aunque su tesis original (1990) se aplicó a las naciones considerándola como un todo, reconoció que se enfatiza en la competitividad de un país, región, municipio.
Cfr: <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc112.htm>

Figura 7. *Determinantes de competitividad turística de Nahuizalco²⁴². El Diamante de Porter*



Fuente: Modelo adaptado de Michael Porter. *La ventaja Competitiva de las Naciones.*

²⁴² La acción de la *Política Turística* se configura como un elemento más influyente en el *Diamante* que en otras actividades económicas, precisamente por su decisivo papel en la conformación eficiente y competitiva del territorio turístico y por la titularidad pública de gran cantidad de los bienes y recursos turísticos culturales.

f) Propuestas y desafíos para el futuro

La consecuencia inmediata de la extensión del mercado turístico sobre el crecimiento exponencial de la demanda turística cultural a nivel mundial, ha sido un incremento de la oferta de atracciones culturales muy por encima del experimentado por la demanda, aumentando así la presión competitiva entre los destinos turísticos.

- i. **Segmentación de mercados:** permite una mejor identificación, comprensión de las necesidades y deseos de los consumidores, como de sus respuestas ante determinadas ofertas, reales o potenciales. Cuanta más información se dispongan acerca del mercado y de los subgrupos o segmentos que lo forman más fácil será diseñar productos o servicios que los satisfagan; la segmentación de mercados es una ventaja competitiva.
- ii. **Industrias creativas culturales generadores de demanda:** en la actualidad se habla de un turista crecientemente *proactivo, participativo, informado y experto*, que busca una experiencia memorable; *las industrias creativas turísticas* se convierten en un elemento clave de competitividad de cualquier destino turístico cultural. La capacidad del destino para incentivar la creatividad de los turistas es un generador de demanda con un tremendo potencial y un elemento de diferenciación de gran interés.
- iii. **Consolidación turismo-cultura:** *La cultura* configura y consolida los destinos, contribuyendo a su diferenciación, con importancia creciente para garantizar la competitividad. Por otra parte *el turismo* es una potente herramienta a favor de la cultura, contribuyendo a la generación de ingresos que puedan apoyar y fortalecer el patrimonio cultural. Consecuentemente, su consolidación de relación fuerte entre *turismo y cultura* ayuda a los destinos a ser más atractivos y competitivos.
- iv. **Competir con una Ventaja Colaborativa:** no todos los destinos tienen capacidad para competir en cualquier mercado, por ello en el nuevo contexto de la sociedad interconectada se empieza a consolidar una nueva forma de entender el cambio del planteamiento de ventaja competitiva a la "*ventaja colaborativa*", cuya finalidad principal responde a la idea de que el trabajo conjunto permite conseguir objetivos que no se lograrían de manera individual y mejorar el rendimiento de los diferentes actores que colaboran. Está demostrado que los destinos turísticos ganan ventaja competitiva si agrupan el conocimiento, capital y experiencia.
- v. Entre los principales retos determinantes que enfrentan los destinos turísticos culturales para generar ventaja competitiva, se tienen:
 - Generar un mayor y más profundo conocimiento sobre la demanda turística real y potencial
 - Las TIC (*Tecnologías de la Información y comunicación*) están cambiando el panorama turístico, reestructurando el futuro de su intermediación tradicional.
 - Flexibilidad de horarios y días adecuados para la visita turística es fundamental para configurar un producto turístico cultural competitivo.
 - Se reduce el ámbito de competencia del destino, sólo a aquellos que hayan decidido especializarse en un mismo segmento.



4. POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN *CULTURA-COMUNIDAD*

La participación de Nahuizalco en **comunidad** resulta crucial al garantizar sostenibilidad del turismo a través de actividades de arraigo por sus costumbres y tradiciones, mientras la **cultura Náhuat-Pipil** fomenta y produce el sentido esencial que sustenta las comunidades de Nahuizalco, y éstas, por su parte, fomentan y reproducen la cultura. En este apartado de estrategia, se desarrollan las políticas turísticas más perceptibles de la práctica del turismo de Nahuizalco que fundamenta la relación *cultura-comunidad*.

4.1 Identificación de las determinantes de la Oferta Turística Cultural de Nahuizalco

El turismo es un fenómeno que se construye sobre las *determinantes de una oferta* de la que forman parte *la cultura* entre otros bienes (*Destino, Recursos, Productos, Mercado, Actores y el uso de su patrimonio tangible e intangible*), por lo que, no está sometido exclusivamente a una lógica del mercado.²⁴³ Por otra parte, el perfil del turista cultural condiciona claramente el tipo de oferta a comercializar en un destino turístico y, con ello, el volumen de negocio que se puede generar, determinando un tipo de mercado concreto.

La oferta turística cultural de Nahuizalco está constituida por el conjunto de recursos y servicios capaces de motivar a sus visitantes al iniciar una experiencia turística. Sus determinantes descansan en su núcleo turístico urbano, específicamente en el casco histórico del municipio, rodeado de bienes muebles e inmuebles con un conjunto amplio de iniciativas culturales singulares de origen *Náhuat-Pipil*. Su cultura (*tradiciones y costumbres*), es un elemento de distintiva importancia para garantizar la competitividad turística; y no un componente complementario más de su oferta.

Cuando el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, incorpora en su oferta bienes culturales que difieren de la motivación de sus visitantes, las posibilidades de insatisfacción turística son cada vez mayores.²⁴⁴ Este es el desafío de la oferta turística: determinar qué segmentos deben ser aislados dentro del conjunto del mercado y cuales dirigir productos o servicios turísticos. Ante este reto que presentan las autoridades de Nahuizalco, esta propuesta presenta brevemente las terminantes de la Oferta turística Cultural, sobre las que se centra:²⁴⁵

- El papel de la cultura *Náhuat-Pipil* en la conformación y consolidación e incluso reconversión de Nahuizalco como *destino turístico*.
- Los recursos del Turismo Cultural de Nahuizalco, así como los diferentes tipos de infraestructuras, recursos patrimoniales y eventos culturales susceptibles valor turístico.

²⁴³ Una cultura *Náhuat-Pipil "turistificada"*: donde se considera una mercancía que ha de ser ofertada y consumida con las mismas pautas que cualquier otro producto. Para ello es necesario que el producto cultural pueda ser consumido por un número elevado de turistas.

²⁴⁴ La segmentación de mercados, parte de la idea de consumidores diferentes y por ende demandas distintas.

²⁴⁵ Las políticas de turismo cultural con los que se construye la oferta, fundamentan el origen de sus determinantes.

- El ámbito del *producto turístico* de Nahuizalco, incidiendo especialmente en las claves del proceso productivo. Además, se enumeran sus características básicas, se analizan las principales categorías de productos turísticos culturales.
- Se delimita y estudia la organización del mercado turístico cultural, se exponen las principales tipologías y se analizan los cambios importantes en su operatividad.
- Los *actores* del turismo cultural, se fundamenta en el marco conceptual del *Ecosistema Turístico*, se identifican y conceptualizan, así como sus relaciones, sinergias y divergencias.

Este conocimiento propuesto, condiciona las características de la oferta turística, la *figura 8* ilustra las determinantes de la Oferta Turística Cultural de Nahuizalco

Figura 8. *Determinantes de la Oferta Turística Cultural de Nahuizalco*



Fuente: Elaboración propia.

A continuación se exponen cada uno de las determinantes de la *Oferta Turística Cultural de Nahuizalco*, elementos considerados significativos en la propuesta de esta consultoría.

4.2 Nahuizalco un destino turístico de base cultural *Náhuat-Pipil*

Desde una perspectiva geográfica, Nahuizalco como *destino* constituye el **componente central de su Sistema Turístico Cultural**. Su *atractivo* se transforma en un destino de éxito por el papel crucial de *la cultura Náhuat-Pipil* como recurso turístico. La actividad económica de este histórico municipio descansa mayormente en *el turismo cultural*, que se limita a sus principales tradiciones y costumbres de origen *Náhuat-Pipil*.

Nahuizalco es considerado un municipio turísticamente cultural, se consagra en el país como: uno de los cinco principales destinos artesanales (*Artesanías de mimbre y tule, que se traducen en canastas, cestas, sombreros y petates*)²⁴⁶, uno de los siete pueblos de origen indígena, una comunidad *Náhuat-Pipil* cuyo destino turístico se fundamenta en razón de su cultura, por ello es considerado un *destino turístico de base (historia y herencias indígenas)* y atractivo cultural (*artesanías, gastronomía y tradiciones*)²⁴⁷.

a) Nahuizalco como destino turístico cultural

Para propósitos de esta propuesta de consultoría, el estudio de Nahuizalco en la conformación de su destino turístico; se aborda a partir de motivaciones de viaje, actividades que se realizan, renovación del atractivo tradicional y la *diferenciación* respecto de otros destinos competidores, como *Ruta de Las Flores* o *Náhuat-Pipil*.



Fotografía 2. Panorámica de la Iglesia Colonial San Juan Bautista y parque central

Imagen capturada desde el oriente de la plaza, cercano a Casa de La Cultura. Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: agosto 2016.

²⁴⁶ A Nahuizalco le acompañan: Ilobasco-Cabañas (*Muñecos de Barro*), Arte NAIF de la Palma-Chalatenango (*Artesanía en madera*), San Sebastián-San Vicente (*Confección de textiles*) y Comasagua-La Libertad (*Encanto de Flores Artesanales*). Apud. El Diario de Hoy. *Turismo. 5 Destinos Artesanales*. Viernes, 2 Junio 2017, p.84-85.

²⁴⁷ Organización Mundial de Turismo: *destino turístico es el lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico*. (Pulido Fernández, et al. 2013, p. 204). “El área geográfica que sustenta la experiencia turística y constituye el ámbito territorial donde los impactos del turismo se dejan sentir con intensidad”.



La tabla 7 expone a Nahuizalco como destino turístico cultural.

Tabla 7. *Nahuizalco como destino turístico cultural*

Criterio	Descripción
<i>Un destino de base cultural</i>	Está asociado al desplazamiento de una motivación cultural, donde el 78% de sus visitantes ²⁴⁸ (<i>turistas y excursionistas</i>) acuden <i>motivados, inspirados y atraídos</i> por la potencia de su patrimonio <i>cultural</i> ; constituyendo el núcleo de su atractivo turístico.
<i>Relación Destino/Producto con sus visitantes (2 niveles)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer nivel: 41% de los visitantes está motivado por sus atractivos turísticos culturales, su aprendizaje, contacto con el lugar y sus habitantes. • Segundo Nivel: un 37% de los turistas y excursionistas de Nahuizalco están inspirados y atraídos, con independencia de su motivación por la cultura; de las prácticas y actividades turísticas del municipio.
<i>Dimensiones de Destino cultural Náhuat-Pipil²⁴⁹</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La estructura cultural Náhuat-Pipil y su adecuación como recurso turístico: Constituye el núcleo del atractivo turístico de Nahuizalco. Su estructura comprende <i>bienes históricos (La iglesia colonial San Juan Bautista, sus plaza histórica, sus artesanos, su historia)</i> distintas manifestaciones del <i>patrimonio inmaterial (tradiciones, artesanías y gastronómicas, otros)</i>, una serie de eventos culturales programados (<i>ferias artesanales y otras iniciativas</i>). 2. La afluencia turística (turistas y excursionistas). El turismo es un fenómeno que <i>se define básicamente a partir de la demanda</i>, de ahí que profundizar en el conocimiento de los visitantes sea uno de los aspectos clave para el análisis del municipio como destino turístico. 3. La oferta turística de carácter comercial: Conjunto de establecimientos orientados al consumo del visitante, mediante las actividades turísticas. La aportación de estas actividades a la economía de Nahuizalco en la generación de ingresos y aporte de empleos es muy importante²⁵⁰. <ul style="list-style-type: none"> • Directas (<i>basadas en el factor producto</i>), que ofertan bienes o servicios destinados básicamente a su consumo (<i>artesanías, gastronomía, actividades culturales, otros</i>) • Indirectas (<i>basadas en el factor localización</i>), todos aquellos establecimientos que incorporan dentro de su clientela un porcentaje variable de visitantes en áreas de notable tránsito turístico. 4. La política y actuaciones en materia de turismo: como resultado de una entrevista al Comité de Competitividad Municipal (CCM) de Nahuizalco, sobre la existencia de políticas o planes dirigidos al turismo cultural, el 67% responde que no hay política turística cultural en destino. 5. El contexto geoturístico de Nahuizalco: Este cultural municipio asigna: <ul style="list-style-type: none"> • Recursos turísticos culturales (<i>áreas naturales, entorno cultural, artesanías, costumbres y tradiciones, otros.</i>) • Accesibilidad propicia y facilidad de desplazamiento desde los distintos lugares de los visitantes y su conexión a infraestructuras turísticas. • Nahuizalco no es un lugar de pernoctación en la mayoría de sus visitantes

Fuente: Elaboración propia

²⁴⁸ Resultado del perfil de la Demanda Turística de Nahuizalco, estudio propio de esta consultoría (**Ver anexo 12**)

²⁴⁹ En el análisis *destino*, se combinan una orientación interna, centrada en la caracterización de su *Sistema Turístico*; como una dimensión más externa, en la que se busca situar un marco más amplio dentro de la *Ruta de Las Flores* o *Ruta Náhuat-Pipil*. Este enfoque no agota las posibilidades de Nahuizalco como destino turístico.

²⁵⁰ Como una actividad de diagnóstico de consultoría, se entrevistaron establecimientos situados en las áreas turísticas del centro urbano de Nahuizalco, denominadas UPO (*Unidades Productivas Ofertantes*), indagando la atención a los visitantes como sus gustos y preferencias (*ver apartado de actores de esta propuesta turística*).



Esta propuesta evidencia a Nahuizalco como un destino turístico de base cultural, mediante estudios de diagnóstico realizados a turistas que lo visitan, indicando que:²⁵¹

- El 81% conocen y practican turismo cultural, como disfrute de las manifestaciones culturales, artísticas, históricas y ancestrales del municipio.
- El 78% de la muestra, manifiesta que la cultura *Náhuat-Pipil* es la principal motivación.
- A un 41% le interesa conocer los atractivos culturales del municipio.
- Conocer y comprender la cultura *Náhuat-Pipil* 19% y
- Realizar actividades turísticas culturales con el 18%.
- Los atractivos turísticos que más agradan: mercadito nocturno (30%); y artesanías (29%).
- El evento cultural más visitado: 43% es el Día de la *Ruta de Las Flores*, y las ferias artesanales con un 18%.
- La estrategia de turismo “*Pueblos Vivos*”, logra para los habitantes de Nahuizalco: un 36% considera generación de ingresos y 29% opina que logra dar a conocer su cultura.
- Un 92% está en la disposición de vivir experiencias turísticas culturales en Nahuizalco.
- Un 63% afirman que el turismo cultural es el que se practica en *Ruta de Las Flores*.

El destino turístico denota una configuración física que puede adoptar diferentes formas y escalas, desde núcleos y localidades aislados, hasta regiones amplias que integran varios estados, municipios o poblados (por ejemplo, *La Ruta de las Flores*). Los límites de los destinos varían en función de los criterios establecidos en su formulación o interés (*La Ruta Náhuat-Pipil, es de interés el rescatar y conservar sus costumbres-tradiciones*).

b) Propuestas y desafíos para el futuro

La cultura puede estar en la base de las motivaciones que impulsan el viaje a un destino turístico (*enfoque producto*), o puede manifestarse como una actividad realizada en destino con independencia de la razón aducida para el viaje (*enfoque proceso*). Las tendencias apuntan a este segundo enfoque, con un crecimiento proporcional por los viajes que incluyen *prácticas culturales* que los desplazamientos motivados únicamente por la cultura, los viajes de turismo cultural en su formulación más clásica.

Desde esta perspectiva, resulta de interés que Nahuizalco deba realizar una *ampliación del atractivo turístico local* mediante la incorporación del componente cultural en sus diferentes *manifestaciones culturales*. Sin embargo, también hay que ser conscientes de los límites de este tipo de estrategias en la perspectiva de la intervención turística (*planificación y gestión*): desarrollar el componente cultural es costoso y no necesariamente se va a manifestar en una mejora inmediata de los indicadores turísticos de este municipio. La invitación al Comité de Desarrollo Turístico (CDT) de Nahuizalco en seguir reflexionando en el futuro, a efectos de situar en sus justos términos las operaciones de desarrollo del turismo cultural de su municipio.

²⁵¹ Para el Trabajo Académico es referido el anexo 12, pero para esta propuesta se sintetiza en el anexo 9 de informe de diagnóstico.

4.3 Los recursos turísticos-culturales²⁵²



Fotografía 3. Iglesia Colonial “San Juan Bautista”, infraestructura turística cultural.

Representación fotográfica de La Iglesia colonial *San Juan Bautista* que data del siglo XVII, un recurso turístico cultural, que conforma los elementos y manifestaciones con valor e interés turístico cultural *Náhuat-Pipil* por excelencia. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: Octubre 2016.*

Nahuizalco atesora, una gama de manifestaciones de orden cultural, unas heredadas por sus antecesores indígenas *Náhuat-Pipil* y otras fruto de la creación e innovación contemporánea, lo que conforman los *Recursos Turísticos Culturales*²⁵³ (*muebles e inmuebles, tangibles o intangibles*) que representan valor para la comunidad local de este histórico municipio. Estos *recursos turísticos o atractivos*, **constituyen un componente central del turismo cultural** y son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística en Nahuizalco, siendo indudablemente; el elemento más importante como destino, ya que generan el interés de los visitantes, determinando la elección y motivo del desplazamiento o la visita.

²⁵² El término *cultura*, se suma a un enfoque llamado *recurso cultural*, fundamentado principalmente en una lógica cartográfica; como una aproximación de desarrollo de activos territoriales con los que cuenta el municipio.

²⁵³ Están conformados por aquellos elementos o manifestaciones que presentan valor o interés para la comunidad de Nahuizalco. De forma paralela, una parte de estos recursos constituye la **base sobre la que se construye el turismo cultural**, el conjunto de consumos culturales realizados por turistas y excursionistas (*Pulido Fernández, et al., 2013, p.84*). La *Ley de Turismo (2005)*, en su art. 2 (b) define **Recursos Turísticos Nacionales** como: *Todos los recursos y sitios recreativos, arqueológicos, culturales y naturales que se encuentran dentro del país y que son considerados o desarrollados como atractivos turísticos*. Ver: Ley de Turismo. D.L. N° 899, D. O. N° 237, Tomo 369, El Salvador, 20 diciembre de 2005. p.2.

a) Clasificación de los Recursos Turísticos Culturales de Nahuizalco

Atendiendo los dos criterios para diferenciar y clasificar los recursos culturales: **a su origen** (corresponden a un patrimonio heredado, sustento de la identidad de Nahuizalco); **a su formato**, (bienes asociados a elementos de naturaleza inmueble [monumentos, museos, otros.] o se configuran como expresiones culturales inmateriales). Se exponen a continuación los tipos de recursos turísticos culturales de Nahuizalco²⁵⁴. (Ver Tabla 8)

Tabla 8. Clasificación de los cuatro tipos de recursos turísticos culturales de Nahuizalco

Recursos culturales de Nahuizalco	Descripción del recurso cultural
Bienes históricos (patrimonio) Remite manifestaciones del pasado (herencia o legado) que sustenta memoria histórica.	Conjunto de espacios a diferentes escalas que forman parte del patrimonio (<i>monumentos, paisajes culturales, sectores urbanos históricos</i>). Tenemos como ejemplos: <ul style="list-style-type: none"> • La Plaza Central, La Iglesia San Juan Bautista
Expresiones del patrimonio inmaterial	Manifestaciones de carácter tradicional, que también forman parte del acervo colectivo de la comunidad y cuya activación necesita de un proceso de recreación constante (<i>fiestas, artesanía y el patrimonio gastronómico</i>). <ul style="list-style-type: none"> • Artesanías, Fiestas patronales • Canchules, Farolitos • Mercado gastronómico nocturno
Infraestructuras culturales Son el fruto de la acción de las sociedades contemporáneas.	Instalaciones con soporte inmueble (<i>edificios</i>) donde se desarrollan actividades de conservación del patrimonio mueble (<i>museos, iglesias</i>) o actividades de las artes (<i>auditorios, teatros, salas de conciertos, otros</i>). <ul style="list-style-type: none"> • Museo Náhuat-Pipil, Casa de la cultura • CEDART
Eventos programados	Acontecimientos de creación o producción cultural (<i>Festivales, macroexposiciones, lenguas, otros</i>). Náhuat-Hablantes

Fuente: *Elaboración propia*, tomando la idea de: Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.83.

Para propósitos de esta propuesta, *los recursos* expresados en la tabla anterior se perciben como *producto turístico cultural*, bajo la combinación de dos diferentes miradas.

- i. **La mirada turística**, interés en manifestaciones atractivas para los visitantes.
- ii. **Enfoque de demanda:** los productos estarían compuestos por los recursos turístico-culturales más un conjunto amplio de servicios turísticos: (*alojamiento, restauración, información y animación, transporte, otros*), todo el conjunto de bienes y servicios que sustentan el viaje turístico.

²⁵⁴ Como sucede con otras clasificaciones o tipificaciones del ámbito cultural, *los límites* entre estas categorías resultan difusa. En este sentido los *bienes patrimoniales* y las *infraestructuras culturales* presentan una materialidad mucho mayor que el resto de las manifestaciones, cuyo valor no reside tanto en lo material como en los *conocimientos, prácticas, ritos*, y otros.

b) Factores condicionantes del potencial turístico de los recursos

*¿Qué factores determinan el éxito turístico de un recurso?*²⁵⁵ Para Nahuizalco, los recursos o atractivos turísticos expuestos, dentro del ámbito *cultural* y la dimensión turística de su patrimonio; **constituyen el componente central de su sistema turístico**. El Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco, cuenta con un catálogo de recursos turísticos en general, sin embargo *no cuenta con una metodología de inventario turístico de bienes inmuebles y equipamientos, construido a partir de fichas estandarizadas sobre cada recurso turístico cultural*, con una descripción adecuada y actualizada

En **Anexo 4p** se propone una metodología para confeccionar un inventario de recursos turísticos culturales, como una herramienta que además de mantener información de interés turístico relevante en términos culturales para la gestión turística cultural; advierta los factores condicionantes de su potencial.

c) Referencias e imágenes culturales (*relación recursos y turistas*)

El Sistema Turístico de Nahuizalco, retoma importancia a las *referencias e imágenes culturales* que mediatizan la relación entre los *recursos* y los *turistas*; por ejemplo:

- La Alcaldía Municipal de Nahuizalco en su página web²⁵⁶, le da la bienvenida al turista: ***“Lo mejor de la cultura de El Salvador lo encuentra aquí. ¡Visítenos!”***
- La visión del municipio enuncia: ***“Un municipio competitivo reconocido... por conservar sus tradiciones, costumbres e historia,...”***.
- La marca municipio expresa: ***“Nahuizalco, tradiciones y cultura que te encantarán”***. Invocando que la cuna cultural *Náhuat-Pipil* está representada por: recursos naturales que imponen su belleza, infraestructuras coloniales, laboriosos artesanos, pobladores fieles a sus costumbres y atención cálida con sus visitantes; que junto a sus tradiciones y cultura, hacen de Nahuizalco un corazón turístico.

Es evidente como el Sistema Turístico de Nahuizalco tienen una imagen y referencia bien consolidada; centrando su atención en *la cultura como un valor intrínseco de sus recursos*, como una apuesta determinante del viaje cultural; aunque la materialización implica también considerar aspectos vinculados al conjunto del destino (*accesibilidad, seguridad, alojamiento, servicios turísticos, otros.*)

²⁵⁵ Existen diferentes metodologías para la evaluación del potencial turístico de un recurso. Los enfoques analíticos se fundamentan en la idea de sus principales características, considerando **Factores internos**: asociados al contexto territorial donde se sitúa cada recurso, y **factores externos**: que responden a la localización del recurso y funcionan a diferentes escalas, desde la situación del propio destino hasta las características del entorno más inmediato.

²⁵⁶ <http://www.alcaldianahuizalco.gob.sv/>



d) Propuestas y desafíos para el futuro

La competitividad turística requiere hoy día que las manifestaciones de orden cultural cumplan una nueva función: *convertirse en recursos productivos que impulsen el desarrollo y bienestar de la comunidad*. Esta nueva orientación productiva pasa en muchas ocasiones por el turismo. La novedad de la situación actual es que se requiere de todas las manifestaciones cumplan esta función, de tal forma que no existe municipio con algún elemento o expresión cultural más o menos notable que no considere que cuente con las bases para impulsar programas de desarrollo turístico a favor del turismo cultural.

Esta realidad obliga a replantearse los procesos de conversión de los *recursos culturales* en *recursos turístico-culturales*. Es absolutamente necesario seguir profundizando en la identificación y ponderación de los factores que hacen que turistas y excursionistas fijen su atención únicamente en determinadas manifestaciones culturales. La mirada turística tiende a la selección y simplificación. Este proceso funciona con relación al destino (*accesibilidad, imagen previa, oferta comercial, otros.*) y, dentro del destino, con relación al entramado cultural existente (*asociación con la identidad turística local, magnificencia, singularidad, otros*). En este sentido, se deben plantear límites turísticos a la tendencia del ámbito cultural y reconocimiento de valores en una gama progresivamente más amplia de manifestaciones culturales²⁵⁷.

Por otra parte, en un contexto como el actual resulta más conveniente interrogarse sobre la *eficacia* y *eficiencia* de la construcción de grandes infraestructuras culturales y el desarrollo de megaeventos especiales. En muchas ocasiones se ha recurrido al discurso turístico para justificar operaciones muy costosas, que se planteaban en términos de inversión productiva. *Dentro de estos equipamientos, los museos revisten especial importancia para el futuro del turismo cultural*. Equipamientos de la cultura por excelencia son a su vez instituciones que mantienen una programación cultural constante en términos de eventos periódicos (*cursos, talleres...*) y excepcionales (*exposiciones temporales...*). Es evidente que los museos pueden favorecer una aproximación integral a la cultura, son susceptibles de reforzar los vínculos de continuidad entre creación y patrimonio, y permiten a su público, en particular las comunidades locales y los grupos desfavorecidos, reanudar los lazos con sus propias raíces y abordar la cultura de los otros.

²⁵⁷ El desafío para el *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco*, es que estos recursos puedan ampliar su dimensión patrimonial y favorecer *el uso turístico*. Un recurso no se define por su existencia sino por satisfacer necesidades.

4.4 Productos del Turismo Cultural de Nahuizalco

El turismo cultural de Nahuizalco como cualquier otra práctica turística, comercializa con productos o servicios, lo que implica determinadas características especiales en relación con la venta y disfrute de intangibles por parte de sus visitantes. El patrimonio de este histórico municipio en sí mismo no es un equipamiento cultural, ni un servicio, ni un agente, ni una oferta, sino que es **un recurso susceptible de convertirse en un producto para el consumo cultural**²⁵⁸. La *Tabla 9* describe los principales rasgos culturales de Nahuizalco, susceptibles de convertirse en productos turísticos culturales. Las formas en que esta *cultura* puede convertirse en un elemento o componente de los productos turísticos son numerosos, sin más límites que la creatividad por parte de artesanos, habitantes y visitantes. Nahuizalco ofrece más que un bien físico, sino una serie de experiencias culturales que se esperan vivir.²⁵⁹



Fotografía 4. Artesanías domésticas de fibras naturales confeccionadas en Nahuizalco

Diversidad de artesanías domésticas elaboradas a mano con fibras naturales, utilizando las técnicas propias del tejido de Nahuizalco. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: Octubre 2016.*

a) Tipologías de productos del turismo cultural en Nahuizalco

El uso turístico del patrimonio cultural de Nahuizalco, necesita de acciones que permitan acercar al turista el contacto directo con el bien cultural, con el objetivo de transformar el patrimonio en producto y facilitar su consumo. Esta propuesta mediante la observación expone las tipologías más representativas de productos turísticos de Nahuizalco en relevancia de su entorno cultural, y de cómo acercar al turista el contacto directo con los bienes culturales. (*Ver Tabla 10*).

²⁵⁸ La iglesia colonial “*Parroquia San Juan Bautista*” que data del siglo XVII, se convierte en producto turístico cuando: se le agregan señalizaciones, servicios y equipamientos, es accesible, existe información, otros. Además, de la manera de comercializar y promocionar este producto turístico con los visitantes (*Turistas y excursionistas*).

²⁵⁹ En el mundo del marketing, un *producto* es ofrecido a los consumidores para su adquisición, uso y consumo. Esta enunciación no debe confundirse *oferta turística*. Como lo expresa Bigné, et al, (2000). “*La diferencia entre presentar un producto y crear una oferta es el hecho de añadir precio*” (p.355).



Tabla 9. Descripción de los principales productos turísticos de Nahuizalco²⁶⁰

Rasgos culturales susceptibles de convertirse en <i>Productos Turísticos</i>	
Costumbres y Tradiciones	Su cultura se proyecta en los grupos folklóricos llamados "Historiantes", que en sus danzas rememoran la vida de los antiguos reyes y princesas.
Fiestas Patronales	Como en todas las poblaciones municipales, en Nahuizalco hay celebración de fiestas patronales, dedicadas a San Juan Bautista, las que se realizan del 19 al 25 de Junio de cada año, las que constituye una tradición importante. Los actos populares consisten en una mascarada, música de bandas, cohetería y reparto de los programas anunciando el inicio de los festejos. También se instala exposición de artesanías.
Festividad religiosa "Virgen del Rosario"	Celebración religiosa, se realiza en el mes de octubre dedicado a la virgen del Rosario. Se dice que dicha festividad se estableció por un juramento que hicieron los antepasados (abril de 1,857) cuando fue azotada por el cólera morbus.
Las Cofradías	Festividades religiosas, funcionan en asociaciones o hermandades de personas que le profesan de vocación a determinado santo según el calendario estipulado por la iglesia católica. Estas tradiciones han desaparecido paulatinamente.
Romerías y Peregrinos	En Nahuizalco está muy arraigada la costumbre de viajar en grupos generalmente a pie, con el objeto de participar en las festividades religiosas de los santos patronos de otros pueblos, por alguna promesa o para realizar actividades comerciales.
La Semana Santa	Fiesta religiosa tradicional, caracterizada y protagonizada en vivo en procesiones del Vía Crucis y el Santo Entierro, considerada una de las importantes del país.
Folklore Cultural	Aparen En Nahuizalco se conservan una seria de Danzas y exhibiciones populares hasta hace unos treinta años. En la actualidad se presentan las siguientes: Baile de los historiantes (la exhibición más popular), baile de los pastores, Baile de la Chichimecas, los canchuleros, otros.
Lengua Náhuat-Pipil	En Nahuizalco, todavía se habla la lengua Náhuat-Pipil; la que tiende a desaparecer, los lugareños ya no se interesan en aprenderlo debido a que son discriminados por la población; La raza indígena sufre un marcado complejo de inferioridad en sus actividades religiosas, sociales y culturales.
Artesanías Cuna histórica de artesanías de mimbre y madera	Nahuizalco es una cuna histórica de laboriosos artesanos que utilizan recursos naturales como la madera y mimbre para sus artesanías, entre ellas por excelencia el "petate". Las fibras típicas utilizadas son: mimbre hondureño, henequén o pita, bambú, bejuco de chupamiel, bejuco corral, bejuco de cola de ratón, tule de agua o pantano , tule de petate, corazón de tule, penca de palmero y coco, penca de plátano, zacate de conejo, flor de zacate, mimbre y fibras sintéticas como junco.
Trajes típicos y arreglo personal	La población ha experimentado grandes cambios en su vestuario, se transformado el traje original colonial "refajo" (una falda tejida de multicolores sujeta a la cadera), utilizada hoy día solamente ancianas mayores.
Mercado nocturno y Comida Típica	En Nahuizalco existe la tradición de comprar y vender en especial comidas y platillos típicos por la noche, es el único mercado nocturno del país y una tradición única. Dentro de la diversa variedad de platillos se encuentran: yuca salcochada con chicharrón, atoles, Los "pululos", (pescado seco ahumado), tacuasines, iguana, Chanfaina (menudos de cerdo), Variedad de tamales: chachahuillos, pisque, ticucos, tayuyos, Tamales de elote, Tamales corrientes; y platos especiales como cochinita, costilla y otras delicias propias del municipio.
Medicina Tradicional de Nahuizalco	Existe en Nahuizalco, un tratamiento de salud por parte de sus pobladores orientados a la medicina natural, acompañado de las indicaciones de los entendidos (propietarios de Farmacias, curanderos, Centros Espiritistas y brujos, otros.)

Fuente: Elaboración propia

²⁶⁰ "A diferencia de lo que ocurre con otras tipologías turísticas, la configuración de productos de turismo cultural; se puede crear *producto* sin necesidad de disponer de recursos originarios". Pulido Fernández, *et al.* (2013.p.176).

Tabla 10. Tipologías de productos del turismo cultural de Nahuizalco

Tipología	Descripción de producto del Turismo Cultural de Nahuizalco
Ruta Turística ²⁶¹	Nahuizalco es considerado un municipio turísticamente cultural, y se encuentra en el corazón del recorrido de dos principales rutas turísticas del país: “Las Flores” y “Náhuat- Pipil”, donde los ámbitos geográficos y su cultura le favorecen.
Viajes Temáticos	Es más compleja que una Ruta turística, donde la motivación del viaje es muy especializada. Nahuizalco por su historia y ubicación geográfica está relacionada con culturas ancestrales de origen Pipil (<i>Ruta Náhuat-Pipil</i>). Nahuizalco debe aprovechar la sinergia turística de esta ruta, un turismo solidario de intercambio cultural a la que pertenece y que incorpora cinco municipios más del departamento de Sonsonate; <i>Cuisnahuat</i> con sus máscaras de madera, <i>San Julián</i> con sus cultivos de bálsamo y cacao, <i>Izalco</i> , mitos y leyendas, <i>San Antonio del Monte</i> industria del barro y velas, <i>Santo Domingo de Guzmán</i> alfarería del barro rojo.
Circuito Turístico ²⁶²	Es un pilar fundamental de la producción turística, una ruta organizada y especializada. El Ministerio de Turismo (MITUR), a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), en cumplimiento de la Política Nacional de Turismo, integran y promocionan la estrategia turística Pueblos Vivos; como Circuitos Turísticos. <i>La Ruta de Las Flores</i> es considerando un Circuito Turístico, un espacio geográfico de 6 municipios pertenecientes a los departamentos de Sonsonate y Ahuachapán. Una apuesta de oferta de producto multidestinos en los territorios; orientadas al desarrollo de ventajas competitivas. Surgiendo la necesidad de establecer una cooperación mutua entre los gobiernos locales, los empresarios turísticos y artesanos. Para esta consultoría La Ruta de La Flores, sigue siendo una Ruta Turística, ya que su recorrido inicia en un lugar (Ahuachapán) y finaliza habitualmente en Nahuizalco.
Eventos culturales, religiosos, festivos, artesanías	Nahuizalco y su turismo cultural, tiene a su disposición numerosas opciones para atraer a turistas a través de distintos eventos culturales, se destacan: exposiciones (<i>temporales o permanentes</i>), festivales musicales y teatrales, festividades populares, recreaciones históricas, eventos religiosos, prácticas o cocreación de artesanías, variada gastronomía, vivencias y experiencias, otros.
Excursiones de día	El flujo de visitantes que se desplaza a Nahuizalco, es considerada para esta consultoría, <i>Demanda Turística Real</i> , su perfil evidencia que: el 46% es excursionista de día. El medio de transporte utilizado es un 50% por cuenta propia y un 24% mediante Tours Turísticos; solamente un 16% de los visitantes se perfila a este municipio en excursiones mediante “Buses Alegres” ²⁶³ . Esta consultoría demuestra que esta alternativa no es viable como tipologías representativa de cómo acercar al turista al casco urbano de Nahuizalco. Como investigación de campo, abordamos este medio de transporte en dos oportunidades (en períodos distintos) para conocer y vivir de primera mano esta experiencia en Ruta de Las Flores y específicamente Nahuizalco ²⁶⁴ .

Fuente: Elaboración propia

²⁶¹ Un itinerario cultural que promueve la cooperación, abarata la gestión, permite una promoción e información unificada y se comercializa mejor. Pulido Fernández, *et al.* (2013: p.176).

²⁶² “Un recorrido turístico que se origina y termina en el mismo lugar, transitando por varios puntos de interés que solo se visitan una vez durante el viaje”. Pulido Fernández, *et al.* (2013:p.178).

²⁶³ Una alternativa tradicional y económica de transporte, que El Instituto Salvadoreño de Turismo, (ISTU) pone a disposición de los salvadoreños; para viajar a diferentes sitios turísticos nacionales, entre ellos *Ruta de Las Flores*.

²⁶⁴ La salida con destino a *Ruta de Las Flores*, se realizó a las 7:00 am, después de hora y media arribamos al primer destino; *Nahuizalco*, la iglesia, la plaza, el museo y demás atractivos cerrados, no es una hora apropiada cuando su actividad turística acostumbrada es al atardecer. ¡La estancia sería de solamente media hora!... ¿Qué oportunidad tienen los excursionistas de “a pie”, a esa hora y con ese tiempo de estadía, para conocer y consumir el turismo cultural de Nahuizalco?... El resto de la Ruta es compartir parte de la mañana entre *Ataco* y *Apaneca*, almorzar en *Juayúa* (municipio de mayor estancia), y de regreso por la tarde hacer una breve estación en *Salcoatitán*; para luego cercano a las 4:00 pm retornar a San Salvador.



b) Del producto a la experiencia turística cultural

El turismo cultural de Nahuizalco, además de ser una actividad económica, está conformado por un conjunto de experiencias humanas que se disfrutan, y que se recuerdan como algunos de los momentos más importantes en la vida de los visitantes. *La cultura Náhuat-Pipil* se convierte para este municipio histórico, en una **materia prima esencial para crear auténticas experiencias turísticas**, en donde sus *recursos y atractivos* culturales puedan formar parte del consumo en el mercado como productos turísticos. El turista cultural que visita Nahuizalco busca vivir mayor autenticidad en la experiencia del consumo turístico, es capaz de ofrecerle nuevas y enriquecedoras prácticas y emociones y, en consecuencia su satisfacción. Por ello este *destino* debe crear valor en esta etapa de la cadena para ofrecer experiencias valiosas, particulares e inolvidables. Para este propósito, esta consultoría propone una metodología para la creación de un producto turístico cultural, una propuesta que resalta algunas consideraciones para una adecuada gestión de los recursos turísticos del municipio (*Ver Anexo 5p*).

c) Propuestas y desafíos para el futuro

Para poder evaluar la potencialidad cultural de un *destino turístico* como Nahuizalco, dentro de una ruta o como producto, se debe disponer de unos datos previos esenciales como: un inventario completo de los recursos, cifras rigurosas sobre la afluencia de visitantes para que el Comité de Desarrollo Turístico (CDT), elabore programas de acción realistas. Al estudiar la *Ruta de Las Flores* entre otros destinos, se observa acción publicitaria en relación con la oferta, constatándose que el Ministerio de Turismo en coordinación con destinos turísticos se orientan a invertir más en promoción (*lo más fácil de hacer*) que en *crear y comercializar el producto* o mejorar la calidad de la oferta.

Nahuizalco cuenta con la promoción necesaria que apoya *un producto perfectamente comercializable*, con una información complementaria disponible y completamente actualizada. Sin embargo la promoción tiene que ser muy selectiva, tanto por el tipo de turista cultural (*ver propuesta de perfil de la demanda turística*) como por el tipo de mercado cultural (*Nahuizalco, no es Ataco ni Juayúa*), primando más los contenidos informativos sobre los de imagen, es decir, lo contrario de lo que se ha venido haciendo en una gran parte de los destinos turísticos del país.

La capacidad de Nahuizalco como destino para *crear*, para ser creativo turísticamente y, a su vez, facilitar que sus visitantes también lo sean. Existe la necesidad de incorporar todos los recursos que hay a disposición más allá del mero patrimonio cultural. La gestión del turismo cultural no debe basarse sólo en lo ya existente, en la mera explotación del legado ancestral *Náhuat-Pipil*, sino que debe renovarse, tener un dinamismo propio. Es necesario que exista capacidad de innovar, de crear una oferta cultural, en muchos casos recuperando una oferta adormecida u olvidada (*costumbres ancestrales*). Ello puede requerir la incorporación de la identidad y autenticidad cultural de las comunidades indígenas de origen *Náhuat-Pipil* y la puesta en valor del patrimonio inmaterial.



4.5 Mercado turístico cultural de Nahuizalco

Existe un creciente reconocimiento nacional sobre el papel de *la cultura y la creatividad* como importantes motores económicos en la industria del turismo. En Nahuizalco no es la excepción, la combinación de *turismo y cultura Náhuat-Pipil* es un motor extremadamente potente para la economía; contribuyendo a la generación de ingresos y desarrollo de sus habitantes, lo que permite ser un destino (*atractivo y competitivo*) como un lugar para vivir, y visitar. Esta práctica se acompaña del fortalecimiento de su patrimonio histórico, de la producción y la creatividad cultural; permitiendo su *diferenciación* del resto de destinos en un mercado turístico cultural cada vez más saturado, mimético y poco creativo.

Al hablar del *mercado turístico cultural de Nahuizalco*, no se trata solamente de un concepto físico, sino operativo, en el que confluyen los intereses de oferta y demanda.²⁶⁵

a) Conformación del mercado turístico cultural Náhuat-Pipil

No todos los destinos turísticos tienen la capacidad para competir en cualquier tipo de mercado, de ahí la importancia que las autoridades turísticas de Nahuizalco (CCM y CDT), delimiten su *mercado objetivo*, en función *diferenciadora* de sus ventajas comparativas y competitivas, como de las condiciones de su entorno, para la conformación de su *mercado turístico cultural*, esta consultoría propone las siguientes premisas derivadas de la observación de campo:

- Análisis del funcionamiento del mercado turístico de Nahuizalco, ante otros mercados
- Pueden existir tantas tipologías de mercado, como productos turísticos culturales
- La estructura del mercado turístico de Nahuizalco es interno *por su amplitud* para satisfacer los deseos de turistas, y *profundidad* por la libertad de acceso que existe
- Sus canales de distribución y comunicación, se tiene en una categoría combinada: *directa* (sin intermediarios al turista) e *indirecta* (canalizado por turoperadores)²⁶⁶.
- El perfil del turista de Nahuizalco, condiciona claramente el tipo de oferta a comercializar y el volumen de negocio a generar.
- La capacidad de los actores para controlar su propio proceso de desarrollo turístico, condicionando el tipo de producto que se puede crear y comercializar.
- La disponibilidad de recursos y sobre todo, su puesta en valor en relación con lo que se quiere transmitir (*Nahuizalco transmite una identidad cultural Náhuat-Pipil*), más allá de la mera obtención de un beneficio económico.

²⁶⁵ La idea del mercado como algo *estático, estable, rígido y perfectamente predecible* empieza a ser una *entelequia*. En un futuro cada vez más inmediato existirán infinitos mercados, tantos como clientes, que serán inestables y aparecerán y desaparecerán de forma dinámica, flexible y voluble en respuesta a los cambios producidos en este nuevo mundo crecientemente multicultural, globalizado y policéntrico (Pulido Fernández, *et al.* 2013:p.239).

²⁶⁶ El análisis realizado de la demanda turística real de Nahuizalco, evidencia que el 44% llega al municipio por cuenta propia y por recomendaciones (*la intermediación es muy frágil*).

Sobre estas premisas, la *tabla 11* enfoca las tipologías de mercado turístico cultural de Nahuizalco, en las que el proceso de producción y canales de distribución son diferentes²⁶⁷.

Tabla 11. *Tipologías de mercado turístico cultural de Nahuizalco*

Tipología de Mercados de turismo cultural	Descripción de tipología de mercado (<i>Producción y distribución</i>)
Especializados	Nahuizalco centra sus productos (<i>artesanía y gastronomía</i>) en demandas reducidas, especializadas y exigentes, y en consecuencia, más complejas de gestionar. Es un mercado organizado con reducidos operadores turísticos. El turista tiene interés por prácticas de enorme interés cultural. La ventaja estratégica se centra en la alta segmentación y la generación de valor, por lo que su rentabilidad no está en volumen sino en un modelo de negocio basado en ofertar un producto turístico exclusivo que garanticen experiencia única.
A su aire	El turista organiza el viaje de forma particular, <i>a su aire</i> ; partiendo de las características y el entorno de Nahuizalco. Este mercado no está organizado ni estructurados no requiere de intermediarios. No existe una oferta estructurada de productos turísticos, sino un territorio cultural que cuentan con recursos que generan el interés de los potenciales turistas. Responden a un perfil concreto de demanda, que suele tener alto nivel cultural. El mercadito nocturno es su máxima expresión.

Fuente: *Elaboración propia*

b) Segmentación del turismo cultural

La riqueza cultural de los pueblos, se ha considerado en la última década como un aspecto complementario de motivaciones vacacionales. En la actualidad, el patrimonio cultural se ha convertido en una apuesta por parte de diversos municipios que como Nahuizalco, no están posicionados en el mercado. Atendiendo las condiciones del mercado, existe un *turismo cultural genérico (cuyas motivaciones prima el deseo de descanso y diversión)*; también un volumen de *turismos específicos de motivación cultural*²⁶⁸.

Nahuizalco cuenta con un mercado turístico cultural *genérico*, a pesar que un 41% de su demanda real visitan este municipio motivados por sus atractivos culturales; esto requiere los esfuerzos por un *mercado* donde la especialización del producto turístico, requiere de la identificación de segmentos concretos y una relación más personalizada con el turista potencial. Hoy día, el turismo cultural es una actividad formada por diversos mercados específicos, cada uno con su ciclo económico; rentabilidad y estabilidad en los mercados.

Es de apreciar que una misma práctica turística realizada en Nahuizalco puede responder a varios y diversos tipos de turismos específicos, se cita el siguiente ejemplo:

²⁶⁷ No se trata de una clasificación única ni excluyente, hay que reconocer que en todas las tipologías se pueden encontrar aspectos que han servido para caracterizar a otras; y no sorprendería un escenario de cambios.

²⁶⁸ Entre un mercado *genérico* y *específico*, no existe una regla infalible que asegure una clasificación categórica en uno u otro grupo, la clave está en las *motivaciones de la demanda*; lo que en algunos casos y circunstancias puede ser un *turismo genérico* en otras e *específico*. Pulido Fernández, *et al.* (2013:250).

Se considera *turismo genérico*, si se realiza un viaje por la *Ruta de Las Flores*, organizado por las autoridades turísticas en el marco de su día nacional, cuya motivación es pasarla bien y divertirse con la *cultura-naturaleza* de los pueblos participantes; pero si el viaje se realiza a esta misma ruta, organizado por un grupo de turistas interesados en el disfrute de costumbres y tradiciones ancestrales de la cultura *Náhuat-Pipil*, motivación que ha llevado al grupo a elegir este viaje hasta llegar a Nahuizalco; se considera *turismo específico*.

En Nahuizalco, cada viajero supone una mezcla única e irrepetible de experiencias, motivaciones y deseos, lo que exige una segmentación eficaz del mercado turístico que proporcione perfiles detallados de los clientes, identificando sus necesidades y motivaciones, así como los determinantes del viaje²⁶⁹.

Esta consultoría propone, mediante la observación de la práctica turística de Nahuizalco; algunos de los turismos específicos que segmenta su mercado turístico (*ver Figura 9*).

Figura 9. Segmentos específicos del turismo cultural de Nahuizalco²⁷⁰.



Fuente: Elaboración propia

²⁶⁹ En el turismo cultural, los segmentos de mercado tendrán menos estabilidad y estarán más fragmentados, requiriendo investigación de mercado exhaustiva y coherente, utilizando técnicas y mejores herramientas de análisis para aportar nuevos conocimientos y conciencia en los gestores sobre el funcionamiento de la demanda.

²⁷⁰ “Hay tantas clasificaciones de turismo cultural como motivaciones pueda tener el turista, por tanto, conforme se va ampliando el cuadro motivacional del turista y aumentan las posibilidades de segmentación; la lista de turismos específicos se va ampliando... interminable”. (Torres 2006:47-48, citado en Pulido Fernández, et al. 2013:p.250).



Fotografía 5. Mercadito nocturno de Nahuizalco

Una tradición de comprar y vender en especial comidas y platillos típicos por la noche, una tradición única. Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: junio 2016.

c) Propuesta y desafíos para el futuro

Las exigencias de visitantes más informados y con mayores expectativas, sumado a un conjunto de motores del cambio, permite vislumbrar innovaciones sustanciales sobre la industria turística que dará lugar a reformas radicales y sustanciales en la gestión del turismo, y que por su puesto afectará la estructura de sus mercados. Las organizaciones involucradas en la gestión turística de Nahuizalco como el *CCM* y el *CDT*, se verán encaminadas al logro de mayores niveles de eficiencia, eficacia, productividad, ética, rentabilidad y sostenibilidad. La tendencia es que estos comités abandonen las formas de planificación tradicionales, participando en nuevos enfoques de gestión turística fundamentados en la descentralización, flexibilidad y decisiones inmediatas.

La industria del turismo, galopea en un contexto más competitivo y turbulento, lo que exigirá una mayor capacidad de adaptación estratégica, flexibilidad operativa y personalización de los servicios turísticos, los que serán prestados con mayor eficacia a los visitantes. Un reto básico del mercado turístico de Nahuizalco, será capacitar a los empleados de primera línea, proporcionando técnicas y herramientas de gestión más actuales para desarrollar estrategias proactivas y reactivas para mejorar su competitividad.

El desafío está relacionado con la capacidad que tenga Nahuizalco como *Sistema Turístico Cultural* para hacer frente a la progresiva fragmentación del mercado turístico, en donde crece el interés de los visitantes por descubrir, experimentar, participar y aprender de forma más íntima sobre aspectos de la vida cotidiana de la cultura *Náhuat-Pipil* en subconjuntos de experiencias únicas, basadas en vacaciones a medida; y, en consecuencia, exigirán más opciones, más interactividad y productos más personalizados.

4.6 El patrimonio cultural histórico como uso turístico

En este apartado, se propone una metodología que pueden utilizar las autoridades turísticas de Nahuizalco para el conocimiento y gestión de su *patrimonio histórico cultural*²⁷¹ como uso turístico. La teoría manifiesta una adecuada confección de un *Inventario de Recursos*, como un componente central en el análisis de los destinos *turístico-culturales* y punto de arranque de buena parte de los sistemas de planificación.



Fotografía 6. *Mujeres de descendencia indígena Náhuat-Pipil*, comercializando petates de elaboración propia frente a la Alcaldía Municipal de Nahuizalco. Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: octubre 2016.

a) Bienes inmuebles y expresiones del patrimonio inmaterial de Nahuizalco

Buena parte de la práctica de turismo cultural de Nahuizalco se concretan en visitas a bienes inmuebles históricos (*La Iglesia San Juan Bautista, Plaza Central, Casa de la Cultura, Museo Náhuat-Pipil que revive la historia de Nahuizalco*), otros. Estos bienes presentan una amplia gama de valores (*artísticos, históricos, arqueológicos, etnográficos, otros.*) que sustentan el resto de los recursos inmateriales culturales: *escenario de fiestas y mercados; paisajes rurales, tradiciones productivas, leyendas, mercado nocturno, su gastronomía y otros.*

Por tal razón, esta consultoría identifica en Nahuizalco, los principales tipos de recurso culturales vinculados con el patrimonio histórico y su distinción entre dos grandes bloques: *los bienes inmuebles y la expresión del patrimonio inmaterial.* (Ver Tabla 12).

²⁷¹ **Patrimonio histórico cultural:** “Está constituido por todos aquellos bienes de valor que conforman la aportación a la cultura y que gozan del mayor nivel de protección de Bienes de Interés Cultural (BIC)” Pulido F, *et al.* (2013: p. 119). Este autor establece cinco categorías patrimoniales de interés cultural: *monumentos, jardines históricos, conjuntos, sitios históricos y zonas arqueológicas.* Cada uno necesita de lecturas culturales diferenciadas.



Tabla 12. Bienes y expresiones inmateriales culturales existentes en Nahuizalco

BIENES INMUEBLES CULTURALES DE NAHUIZALCO

Comprende un patrimonio heredado ancestral, que remite a la memoria histórica de una colectividad indígena de origen Pipil, junto con un patrimonio en construcción, fruto de procesos de creación recientes.

Zona arqueológica	El museo <i>Náhuat-Pipil</i> y Casa de la Cultura de Nahuizalco , son dos lugares donde existen bienes muebles (<i>productos culturales-turísticos</i>) susceptibles de ser estudiados con metodología arqueológica (<i>arqueoturismo</i>).	
Patrimonio arquitectónico	Nahuizalco cuenta con la Iglesia colonial “San Juan Bautista” , una obra escultural arquitectónica histórica del siglo XVII.	
Sector urbano turístico cultural histórico	Nahuizalco, deriva condiciones en su casco urbano: con su plaza central, su mercado nocturno y gastronomía, formas de vida de sus habitantes, que en conjunto conforman el <i>patrimonio urbanístico cultural</i> (<i>un pueblo con una historia dominante</i>), donde el <i>recurso casco histórico</i> urbano se confunde con el propio concepto de <i>destino turístico</i> .	
Paisajes culturales	Nahuizalco es un pueblo que manifiestan una interacción entre la forma de vida de sus habitantes de origen indígena (<i>formas de vida, creencias, costumbres, otros</i>) y su entorno natural. Se identifican tres tipos de paisajes culturales: Paisajes concebidos , espacios claramente delimitados y creados intencionalmente (<i>La iglesia, el museo, plaza central, el casco urbano...</i>)	
	Paisajes evolutivos Reflejan la forma de actuar de sus habitantes sobre la naturaleza para satisfacer sus necesidades	Paisajes vestigio (<i>reliquias, fósiles</i>) EL museo Náhuat-Pipil revive el paso histórico de Nahuizalco.
	Paisajes Vivos. Nahuizalco siguen arraigado a las costumbres y la vida tradicional de sus habitantes de origen indígena.	
	Paisajes asociativos: Nahuizalco es un municipio poderosamente asociado e identificado a prácticas <i>religiosas, artísticas o culturales con el medio natural</i> . Lo que permite oportunidades de valoración del patrimonio por culturas indígenas.	

EXPRESIONES DEL PATRIMONIO INMATERIAL DE NAHUIZALCO

El patrimonio cultural inmaterial de Nahuizalco abarca otras manifestaciones que han recibido de sus antepasados de origen Pipil y que transmiten a sus descendientes, a menudo de manera oral. La UNESCO manifiesta que la *agenda turística* con acontecimientos culturales populares, es considerada una manifestación de alta cultura.

Fiestas, conmemoraciones y eventos similares	En Nahuizalco, se han conservado tradiciones festivas centenarias que tienen en origen, un fuerte componente religioso profundamente anclado en lo más hondo de la comunidad local. Algunas de estas tradiciones presentan un atractivo turístico reconocido, atractivo que se apoya en múltiples factores: (<i>desfiles, disfraces, procesiones y su dimensión patrimonial como identidad local</i>).
Técnicas de Artesanía Tradicional	La adquisición de productos artesanos es una forma de consumo cultural, sin embargo lo atractivo de Nahuizalco; son las competencias, destrezas y conocimientos de sus artesanos en su elaboración ²⁷² . La artesanía tradicional <i>Náhuatl-Pipil</i> (<i>madera y fibras naturales</i>), es el resultado de un proceso antropológico de producción fundamentalmente <i>manual</i> ; y desde una <i>óptica cultural</i> , es un “ <i>arte popular</i> ”.
Gastronomía y otras tradiciones	La gastronomía de Nahuizalco con su “ <i>Mercadito Nocturno</i> ”, es por excelencia una manifestación cultural, que tiene mucha concomitancia con la artesanía; de innegable importancia económica (<i>restaurantes, comercio, otros.</i>) y de representación (<i>identidad y patrimonio a través de la alimentación</i>), contribuyendo en la recuperación del mundo rural (<i>agricultores y artesanos</i>).

Elaboración propia, adaptado de: Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.122-133.

²⁷² La UNESCO a través de *La Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*, otorga especial importancia a las técnicas artesanales tradicionales.



b) Propuestas y desafíos para el futuro

Las autoridades turísticas de Nahuizalco, deben seguir reglamentando (*política turística cultural*), los métodos y técnicas de adecuación y comunicación turística de sus manifestaciones culturales. En buena medida, estas actuaciones son bien conocidas por sus bienes históricos, sin embargo, hay que avanzar con los paisajes culturales, así como en todas las expresiones del patrimonio inmaterial (*gastronomía, fiestas, artesanía, otros*). Se reconocen las iniciativas turísticas actuales, pero deben de orientarse a manifestaciones culturales con suficiente atractivo y no que solamente formen parte de la oferta cultural.

El potencial y la orientación turística de los paisajes culturales son variables, en unos casos actúan como recursos turísticos por sí mismo. El caso de Nahuizalco funciona básicamente como escenarios donde se sitúan otros elementos con mayor proyección turística, el *Comité de Desarrollo Turístico* debe promover constantemente el *valor patrimonial cultural*, de lo contrario los turistas y excursionistas concentran su atención en elementos materiales que forman parte del paisaje, sin atender al conjunto que incluye expresiones inmateriales, como una modalidad turística que se apoya en la cultura *Náhuat-pipil* en todas sus manifestaciones.

El modelo de gestión *turístico-cultural* de Nahuizalco, tiene que incorporar criterios de *sostenibilidad* que garanticen la conservación y transmisión de bienes y expresiones más allá de su aprovechamiento inmediato; la preservación en buen estado de dichos recursos es una condición que no debe discutirse; sin embargo, en ocasiones la práctica turística de este municipio, puede tener consecuencias muy negativas, incidiendo en el deterioro físico de determinados bienes o en la desnaturalización, pérdida o robo de identidad y completa banalización de muchas expresiones de su patrimonio cultural inmaterial.

Nahuizalco cuenta con el apoyo de la atención externa (*Organismo internacionales y nacionales*), que favorecen un refuerzo del interés local en lo *Turístico-Cultural*, reconociendo valores culturales a manifestaciones a las que apenas se prestaba atención hasta por los mismos residentes; bienes relevantes de un patrimonio cultural, potencialmente susceptibles en un futuro de incorporarse *por qué no*; en la *Lista del Patrimonio Mundial* auspiciada por la UNESCO²⁷³.

²⁷³ La inclusión de un elemento supone un reconocimiento internacional de sus valores culturales, con notable aliciente turístico. Esta lista deriva de la *Convención del Patrimonio Mundial Cultural y Natural* (París, 1972).

4.7 Los actores del turismo cultural de Nahuizalco

El conocimiento sobre los actores que intervienen y de sus relaciones en el desarrollo turístico de Nahuizalco, es **un elemento básico para la gestión del turismo del municipio**, y de importancia trascendental en las estrategias y las acciones que deben emprenderse para adaptarse a las cambiantes condiciones del entorno cultural. Además, la mayor o menor voluntad de sus actores para trabajar de forma conjunta y coordinada también condiciona las características de la oferta turística y su forma de gestión²⁷⁴. En este sentido, *cooperación* y *colaboración* se convierten en dos aspectos clave para la toma de decisiones relativas a la planificación y gestión de Nahuizalco como destinos turístico cultural.

a) Identificación de los principales actores turísticos

Atendiendo la naturaleza del turismo cultural de Nahuizalco, se identifican y delimitan a los actores turísticos claves²⁷⁵ en tres agrupaciones; cada quien con sus participantes en los sectores (*públicos, privados y tercer sector-ONG's*) que responden a lógicas diferentes²⁷⁶. Esta propuesta destaca que *lo importante*, no es solamente identificar a los actores claves que conforman el *Ecosistema Turístico de Nahuizalco*, sino comprender sus expectativas, sugerencias, su participación y estrategias de gestión; que cada uno de ellos tiene en relación con la práctica turística. Esta consultoría, propone que los principales actores turísticos que conducen la práctica del turismo cultural de Nahuizalco, son las siguientes organizaciones:

- ***Comité de Desarrollo Turístico (CDT)***, conformada por miembros del sector público y privado, lo integran 20 miembros (*3 delegados municipales y 17 representantes del sector empresarial, ciudadano y asociaciones*). Son los responsables en *logístico*: de diseñar e implantar: acciones, políticas, directrices y programas para la práctica y promoción turística del municipio y del aprovechamiento de sus oportunidades.
- ***Comité de Competitividad Municipal (CCM)***, cuenta con 12 representantes entre empleados municipales, empresarios y comunidad. Actor turístico clave que reviste importancia por la experiencia y conocimientos (*económica, social o cultural*) relevantes en lo estratégico sobre el Sistema Turístico Cultural *Náhuat*. Su guía de acción es el *Plan de Competitividad Municipal (PCM)* que agrupa 6 líneas estratégicas. (*Ver Tabla 13*).

²⁷⁴ El reto sobre estos *actores* del turismo cultural, está en identificar y tener en cuenta las preocupaciones e intereses, presentes y futuros, de este amplio espectro de personas y organizaciones, integrándolas en el proceso de toma de decisiones bajo el principio de sostenibilidad. (Pulido Fernández, *et al.*2013:p.143).

²⁷⁵ ***Actores turísticos claves***: organizados y representados por diversos sectores de unidades productivas y asociaciones participantes directos de las actividades turísticas de Nahuizalco.

²⁷⁶ ***Sector privado***: su objetivo principal es la obtención de beneficios económicos (*lógica del mercado*), ***Agentes públicos***: su principal objetivo es la obtención de beneficios sociales (*lógica de lo social*) y ***El tercer sector***: ocupa un espacio intermedio, organizaciones privadas sin lucro (*ONG's*).

Tabla 13. Representantes del CCM de Nahuizalco, por Línea Estratégica (LE).

<i>Líneas estratégicas (LE) de competitividad municipal de Nahuizalco</i>		Representantes		No. Miembros
		Sector Privado	Delegados municipales	
LE:1	Fomento de la Organización Empresarial y de alianzas Sectores <i>Público-Privado</i>	Sector Artesanal	UACI	2
LE:2	Fortalecimiento de la actividad turística	Consejo de Pueblos <i>Náhuat- Pipil</i>	EMPRE	2
LE:3	Desarrollo Productivo en el Municipio	Tiangué Ancestral	Catastro	2
LE:4	Formación Recurso Humano e inserción laboral	Sector Carpintería	Cuentas Corrientes	2
LE:5	Seguridad y ordenamiento de la ciudad	Sector Comercio	Síndico	2
LE:6	Fortalecimiento de capacidades para el ejercicio de sus competencias en competitividad	Mesa de trabajo de artesanos indígenas	Secretaría	2
Total de representantes del CCM				12

Fuente: Elaboración propia, conforme a datos proporcionados por el CCM.

- **Industria Turística**, denominada para propósitos de esta consultoría en **Unidades Productivas Ofertantes (UPO)**: (Sector Privado) Conjunto de negocios involucrados en la provisión del producto turístico cultural del casco urbano de Nahuizalco. Micro y pequeños empresarios de crucial importancia por los empleos e ingresos que generan.

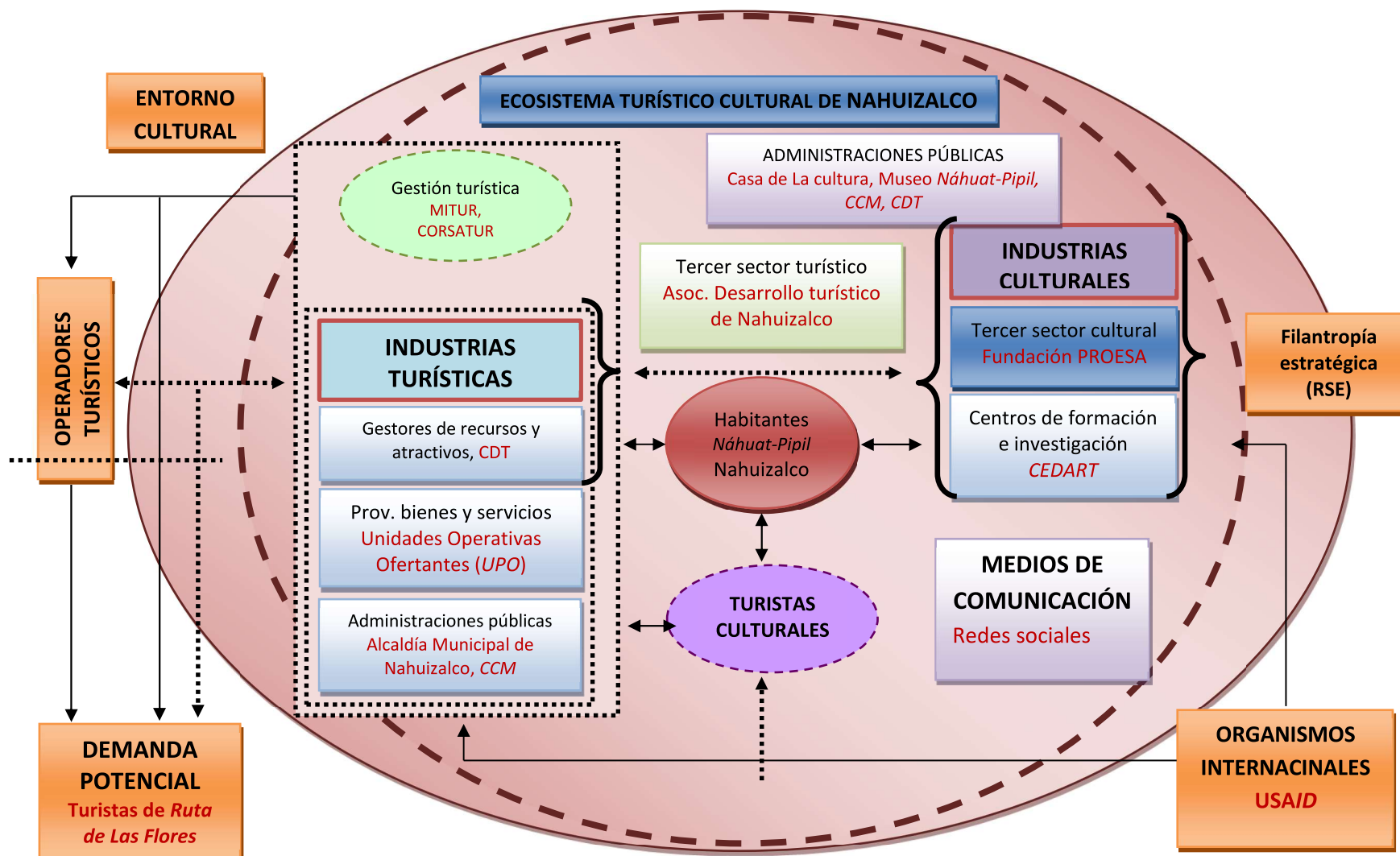
b) Ecosistema turístico cultural de Nahuizalco

Desde una óptica interna, se propone analizar a los actores turísticos de Nahuizalco dentro de un *Ecosistema Turístico Cultural*²⁷⁷; como un instrumento analítico que permitan un mapeo conceptual e integral de su Sistema Turístico como un fenómeno sistémico; caracterizada por su complejidad y protagonizada por un conjunto de actores en permanente interacción *turística-cultural*.

Esta propuesta, orienta que el turismo de Nahuizalco, se admita como un sistema abierto de múltiples (*privados y públicos*) e interdependientes (*la acción de una de las partes genera impactos sobre las otras*) actores; que favorece la interacción entre los visitantes y su casco urbano, y un intercambio entre las diferentes partes que lo componen, con una lógica de procedimientos definida por las interconexiones e interacciones que existen entre sus subsistemas, tiene una organización y persigue unas metas. *La figura 10*, muestra un *ecosistema turístico* desde una perspectiva general; la dinámica particular del turismo de Nahuizalco y la generación de grupos de actores más habituales, junto con sus *relaciones, sinergias y divergencias* que condicionan su capacidad y potencial

²⁷⁷ Un sistema abierto que favorece la interconexión e interrelación de los múltiples actores implicados en el desarrollo turístico de cualquier territorio especializado en turismo cultural. (Pulido F, et al. 2013:p.143-144)

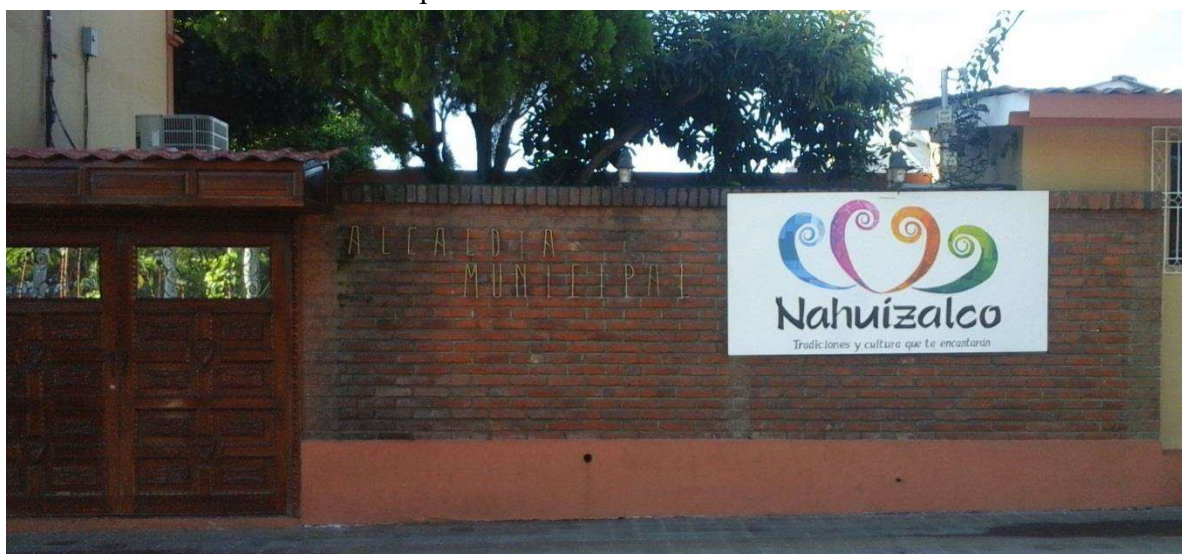
Figura 10. Actores interrelacionados del Ecosistema Turístico Cultural de Nahuizalco



Adaptado Apud: Pulido Fernández, *et al.* (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.146.

Nota: Este modelo advierte, que es posible que algunos actores que se han adscrito a un grupo; podrían incluirse en algún otro, incluso en varios de ellos

Este modelo propuesto plantea: que *los residentes de Nahuizalco (artesanos, comerciantes y comunidades)* se encuentran en el centro del ecosistema; como beneficiarios de los bienes y servicios generados por dos bloques *el entorno turístico y el ámbito de la cultura*.²⁷⁸. También aparecen, por supuesto, *los visitantes o turistas*, que están íntimamente conectados con los actores que conforman el primer bloque y también con los residentes. Esta propuesta manifiesta la importancia de señalar que, con independencia de su papel de proveedores de servicios públicos e infraestructuras (*incluidos en el primer bloque*), la intervención de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco como *administración pública* y su interacción con los distintos agentes, a través de lo que se conoce como *política turística*, condiciona notablemente poder de influencia e interconexión con el resto de partes interesadas.



Fotografía 7. Alcaldía Municipal de Nahuizalco, actor del Ecosistema Turístico

La comuna de Nahuizalco interviene en el desarrollo turístico y de sus relaciones en la gestión activa, expectativas, participación y estrategias de gestión en relación con el destino turístico del municipio. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: Octubre 2016*

c) Propuestas y desafíos para el futuro

Los futuros estudios sobre política turística (*planificación y gestión de destinos*), sugieren la necesidad de que los actores turísticos asuman un mayor grado de responsabilidad en el ámbito social y medioambiental; en lo productivo, apuntan a que las empresas turísticas asuman la necesidad de colaborar con otros miembros de la cadena de valor del destino, pasando de la actual gestión de sectores individuales a una gestión integrada.

²⁷⁸ **Primer bloque (producción turística):** se incluyen todos los agentes involucrados o relacionados directamente con la creación de producto del sistema turístico (*operadores turísticos, demanda potencial, oferta comercial*): Este grupo de actores está estrechamente relacionado con los organismos internacionales (*no forman parte del ecosistema turístico cultural*).

Segundo bloque (producción cultural): compuesto por el conjunto de actores relacionados con la creación de producto turístico cultural. Estos grupos están relacionados con los que conforman el primer bloque, especialmente, con la parte productiva, pero también generan bienes y servicios dirigidos a los residentes.

En el ámbito del turismo cultural, *la simbiosis de intereses entre gestores turísticos y gestores culturales genera una amplia controversia*. Es en la gestión de estas relaciones en la que se dirime buena parte del éxito futuro del destino. Por tanto, se trata de un reto importante para Nahuizalco, lo que requiere de la generación de nuevas herramientas de carácter técnico, así como de la búsqueda de espacios de consenso que garanticen una adecuada gestión de los recursos que sirven de base al producto turístico.

En este sentido, sería bueno partir del reconocimiento de la sustancial diferencia existente entre *producto cultural* y *producto turístico cultural*, y de los importantes vacíos que los gestores culturales al asumir la gestión turística cultural; tienen actualmente con respecto al hecho turístico. Este *déficit de especialización* está generando no pocos problemas en la gestión de algunos destinos o lugares, en los que el crecimiento continuo de los flujos turísticos exige la puesta en marcha de mucho más que unas cuantas medidas de salvaguarda del recurso y de restricción del acceso por parte de los visitantes.

Es en estos casos, los que más se necesitará Nahuizalco en los próximos años, es poner en marcha medidas de gestión activa del destino turístico, que requerirán, necesariamente, de la toma conjunta de decisiones al objeto de abordar situaciones críticas, lo que exigirá de un *enfoque cooperativo* que hoy día aún es difícil de alcanzar. Los gestores turísticos deben asumir la importancia de lo cultural en la atracción de visitantes: *no es mero recurso complementario*, es lo que genera la motivación principal de la visita; y los gestores culturales deben asumir que el turismo tiene sus propias dinámicas, por lo que un *producto turístico* no se puede gestionar igual que un *producto cultural*.

XIV. SOSTENIBILIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS DEL TURISMO CULTURAL

El *turismo cultural sostenible*, depende de que se desarrollen las sinergias entre *turismo* y *cultura*, entre *turistas* y *comunidades locales*, y entre la cultura local y regional; práctica que ofrece un acercamiento inestimable al desarrollo del turismo cultural. Para alcanzar este objetivo, es vital que se dé una *colaboración* entre las diferentes partes interesadas, tal como se expone en esta propuesta de consultoría.

El turismo cultural de Nahuizalco debe estar estrechamente vinculado al concepto de sostenibilidad, principalmente por su marcado interés en establecer un equilibrio entre la dimensión *económica, social-cultural y medioambiental*, por lo que busca priorizar y orientar mediante aplicación de buenas prácticas; la conservación de los recursos culturales patrimoniales que son rentabilizados a través del turismo, en consideración de un beneficio económico de sus habitantes y un reforzamiento de la identidad cultural *Náhuat-Pipil*.²⁷⁹

²⁷⁹ El concepto de un *turismo responsable sostenible* deriva del concepto de *desarrollo sostenible*, la responsabilidad está ligada a las decisiones personales de los actores de la práctica turística y de los viajeros, la *sostenibilidad* es un aspecto sectorial (*económica, sociocultural y medioambiental*) ligada a un modelo y con una visión a largo plazo que satisface las necesidades del presente y del futuro. La OMT (2006), define la práctica turística sostenible como: «El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes y de las comunidades anfitrionas».



1. Planificación del desarrollo turístico cultural sostenible

Esta consultoría propone una planificación turística cultural con perspectiva de sostenibilidad, que incluya una visión más favorecedora de los intereses y necesidades de los habitantes de Nahuizalco; considerando que la mayoría de proyectos de financiamiento sobre todo a nivel internacional, requieren estos conceptos por exigencia de la entidad que les da soporte. Normalmente cuando se trata de planteamientos sostenibles en favor de la calidad de vida de los habitantes, las posibilidades de desarrollo turístico son limitadas. A continuación se proponen algunas dimensiones a considerar dentro de la planificación turística cultural sostenible dentro del municipio de Nahuizalco:

a) Preservar el patrimonio cultural *Náhuat-Pipil*

El turismo cultural de Nahuizalco, como una de las fuerzas económicas y sociales más influyentes, puede y debe reforzar el decisivo papel del patrimonio *Náhuat-Pipil*, tanto material como inmaterial, consolidando la diversidad cultural como puntos de referencia clave para el desarrollo como destino turístico. La práctica moderna del turismo dentro de este municipio deberá prestar especial atención a la preservación del frágil patrimonio cultural inmaterial, transmitido de generación en generación y que infunde a las comunidades un sentimiento de identidad y continuidad a favor de la autenticidad.

b) Visión inteligente e innovación turística cultural

El turismo cultural *Náhuat-Pipil* se encuentra en el centro de nuevas tecnologías de información y comunicación, en las que aumenta sistemáticamente la capacidad de los turistas para conocer más y mejor la oferta, así como para valorar los recursos y el patrimonio cultural, que en suma pueden convertirse en una importante plataforma a la hora de promover la transición hacia el turismo sostenible²⁸⁰.

c) Redistribuyendo los beneficios resultantes de la práctica turística

La práctica turística de Nahuizalco reconoce que la unión social y económica es un principio fundamental del desarrollo sostenible, por lo que se deben impulsar medidas de un reparto equitativo de los beneficios y cargas que se produzcan. La comunidad Pipil debe ocupar una posición central en el turismo sostenible, considerándolo un instrumento para mejorar la calidad de vida y el bienestar de todos sus habitantes.

d) Alianzas por un futuro turístico sostenible

La contribución activa del turismo cultural de Nahuizalco al desarrollo sostenible presupone, necesariamente la participación y colaboración de todos los actores, públicos y privados, implicados en las actividades turísticas del municipio. Esta concertación ha de basarse en mecanismos eficaces de cooperación y colaboración en todas las esferas, tanto a nivel de destino como a nivel municipio. La gobernanza sostenible de Nahuizalco, más allá de esta propuesta turística, se configura como uno de los grandes desafíos.

²⁸⁰ Actualmente en el país, el Museo Nacional de Antropología “Dr. David J. Guzmán” (MUNA) y Secretaría de Cultura, cuentan con la plataforma virtual *E-Turismo Cultura*; en la que exponen sitios culturales e históricos más emblemáticos de El Salvador. Visitar el link.: <http://eturismo.itca.edu.sv/index.php>

2. Principios del Turismo Cultural Sostenible de Nahuizalco

La Organización Mundial de Turismo (OMT) advierte que la práctica turística cultural sostenible, atiende las necesidades de los turistas y la región receptora y al mismo tiempo protege y fomenta oportunidades, teniendo plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras; *económicas, sociales y medioambientales*. Bajo esta perspectiva, esta propuesta se fundamenta en los principios de turismo cultural sostenible²⁸¹. El turismo cultural debe ser para Nahuizalco, un motor que contribuya a reducir la desigualdad dentro sus habitantes, un impulsor de innovación de sus artesanos, así como contribuyente de la conservación de la creatividad cultural, la diversidad y el bienestar de sus habitantes; donde se respete la cultura *Náhuat-Pipil*, en todas sus formas, subrayando la importancia de promover la participación plena de las comunidades y de los pueblos indígenas vecinos, en las decisiones de proyectos con desarrollo turístico. La *tabla 14* hace un llamamiento a las partes involucradas en la acción de la práctica turística sostenible de Nahuizalco.

Tabla 14. *Acciones para el desarrollo del turismo cultural sostenible de Nahuizalco*

Las partes involucradas de la práctica turística cultural sostenible de Nahuizalco, <i>deben:</i>	
<i>Autoridades turísticas</i>	Integrar la sostenibilidad en las políticas turísticas, estrategias, operaciones y planes de turismo cultural, cumpliendo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y proporcionar apoyo a proyectos relacionados con turismo sostenible.
<i>Como destino y comunidad</i>	Asegurar que las políticas turísticas incluyan a todas las partes interesadas, especialmente a sus habitantes, y que las responsabilidades de cada una estén claramente definidos. Además asegurarse de preservar el conocimiento relacionado con las tradiciones, costumbres y el patrimonio cultural, y que este se transmita a los jóvenes como medio de integración intergeneracional de la sostenibilidad.
<i>Industria Turismo Nacional</i>	Contribuir a la creación, desarrollo e implantación de productos y servicios turísticos sostenibles que fomenten el respeto del patrimonio natural y cultural, y que transmitan los valores y su identidad a través de la experiencia turística.
<i>Turistas culturales</i>	Utilizar productos y servicios turísticos culturales sostenibles que generen empleo y beneficios a la comunidad <i>Náhuat-Pipil</i> ; evaluando implicaciones económicas-sociales de sus decisiones.
<i>Actores claves turísticos</i>	Reavivar alianzas locales y regionales para el turismo sostenible y fortalecer su desarrollo; promoviendo y facilitando el compartir e intercambiar buenas prácticas y conocimientos que permitan inspirar la replicación de casos de éxito en turismo cultural sostenible.

Fuente: Elaboración propia

²⁸¹ Estos principios se fundamentan en la Cumbre Mundial de Turismo Sostenible, realizado en España, el 27 de Noviembre de 2015. los que representan una oportunidad para orientar el turismo hacia vías integradoras de sostenibilidad, en las que también participan fundamentos del Código Ético Mundial para el Turismo.

<http://cartamundialdeturismosostenible2015.com/wp-content/uploads/2016/05/Carta-Mundial-de-Turismo-Sostenible-20.pdf>



3. Sostenibilidad del turismo cultural de Nahuizalco y los ODS

El turismo cultural es una prioridad para Nahuizalco y una alternativa económica para sus habitantes, motivo por el cual su desarrollo debe ser sostenible, principal meta a lograr para este tipo de turismo y entre sus objetivos se encuentran: la apropiación del patrimonio cultural, el fortalecimiento de su competitividad y productividad, incremento de beneficios que genera la actividad turística, por todo la sostenibilidad es el eje de acción de esta Política Turística. La protección de la integridad cultural y del ambiente son las premisas para que el turismo, la cultura y la ecología se correspondan para garantizar la conservación de los recursos de tal manera que sean disfrutados por las generaciones futuras²⁸².

Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el turismo cultural sostenible de Nahuizalco debe:

- Dar un uso óptimo a los recursos culturales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos culturales esenciales y ayudando a conservar el patrimonio cultural *Náhuat-Pipil*.
- Respetar la autenticidad de las comunidades indígenas, conservar su patrimonio material e inmaterial, contribuyendo al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades indígenas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.
- El desarrollo sostenible del turismo cultural exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo cultural sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos.

La sostenibilidad del turismo cultural de Nahuizalco busca que el patrimonio se convierta en el motor para el desarrollo sostenible mediante la validación, rescate y rehabilitación de los sitios culturales y de las comunidades, de manera que se mantenga el arraigo de las costumbres y tradiciones *Náhuat-Pipil*, preservando su identidad y garantizando la verdadera apropiación social del patrimonio cultural como parte de un contexto poblacional real. Este criterio de conservación, será fundamental para hacer de la cultura de Nahuizalco, uno de los mayores incentivos de la visita del turista en el municipio, y será la clave para la diferenciación y el éxito en la comercialización del destino²⁸³.

²⁸² Según la Organización Mundial del Turismo, las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos.

²⁸³ Tradicionalmente, los tres pilares del turismo sostenible descansan en: **ambiental o ecológico** (*Busca el respeto a los ecosistemas*), **social** (*satisfacer necesidades asociadas a la calidad de vida de la sociedad*) y **económico** (*PIB per cápita*) o alguna medida relacionada con ésta. Esta visión refleja el **enfoque que desempeña la cultura en el CUARTO PILAR de la sostenibilidad**.

Por lo tanto, el turismo cultural sostenible de Nahuizalco, representa una oportunidad única de utilizar la cultura *Náhuat-Pipil* para vincular la práctica turística, con el fin de fomentar conveniencias más sostenibles de consumo y producción de servicios turísticos. El turismo sostenible no solo gira en torno a la conservación de recursos, sino que también tiene en cuenta la calidad de vida turistas y comunidad de Nahuizalco. Para tal fin, la valoración de la cultura *Náhuat-Pipil*, como requisito de sostenibilidad, será un elemento fundamental de la calidad de Nahuizalco como destino turístico. En este sentido, esta propuesta encamina en el futuro obtener certificaciones de sostenibilidad, que lo diferencien de sus competidores y les permita obtener un reconocimiento a la gestión sostenible del patrimonio cultural.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) inició el *Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo 2017*, enfatizando el inmenso potencial del turismo para el desarrollo de todos los pueblos en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la necesidad continuar avanzando hacia un sector más sostenible que redunde en el beneficio de las comunidades, y la preservación de los valores culturales y naturales²⁸⁴.

El informe enumera 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas que demuestran la magnitud de esta ambiciosa agenda universal durante los próximos 15 años. Estos ODS son de carácter integrado e indivisible y conjugan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: *económica, social y ambiental*. Sin embargo, para el ánimo de esta propuesta en su filosofía, se reflexionan los siguientes objetivos para considerarlos en los procesos de planificación, políticas y estrategias de la práctica turística de Nahuizalco:

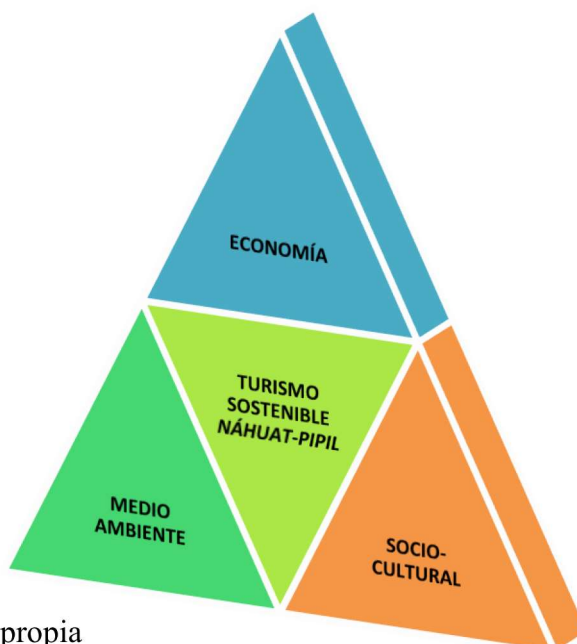
- Reducir la pobreza en todas sus formas (**Principio 1**)
- Seguridad alimentaria y mejora nutrición y agricultura (**Principio 2**)
- Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (**Principio 8**)
- Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles (**Principio 12**)
- Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de ecosistemas, detener e invertir la degradación de las tierras y pérdida de la diversidad biológica (**Principio 15**)

4. Componentes que integran el turismo cultural sostenible de Nahuizalco

El turismo cultural de Nahuizalco se encuentra relacionado al pensamiento de sostenibilidad, principalmente por su evidente interés en establecer un equilibrio entre la dimensión *económica, social-cultural y medioambiental* (como se advierte en la figura 11). Para comprender mejor la importancia de la armonía entre estos tres componentes, se proponen algunas implicaciones del turismo cultural sostenible en cada dimensión y algunas buenas prácticas aplicadas que le complementa a cada uno de ellos.

²⁸⁴ El año 2017 es considerado el *Año Internacional del Turismo Sostenible*, declarado en diciembre de 2015 por la Asamblea General de Naciones Unidas, en el avance hacia la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Este designación está relacionado con el documento “*Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*”; Naciones Unidas agosto 2015.

Figura 11. Componentes que integran el turismo cultural sostenible de Nahuizalco



Fuente: Elaboración propia

Sostenibilidad económica: La actividad turística debe desarrollarse a través de la aplicación de *buenas prácticas*, las cuales aseguran el crecimiento y mantenimiento en el tiempo, traduciendo beneficios y prosperidad a propietarios, empleados y comunidad indígena artesanal donde se desarrolla la práctica turística cultural de Nahuizalco. Lo que se logra principalmente, con la oferta de empleos de calidad permitiendo con ello una mejora en la experiencia y satisfacción de los turistas, dado que permite un real intercambio cultural sustentado en la atención de la propia comunidad a sus visitantes.

Sostenibilidad socio-cultural *Náhuat-Pipil*: Involucra un respeto por la diversidad sociocultural y, particularmente, por la cultura *Náhuat-Pipil*; en este sentido, la actividad turística se debe realizar sin perjudicar el tejido social existente en la comunidad indígena de Nahuizalco, de tal modo de preservarla y revitalizarla como uno de los principales atractivos turísticos. Asimismo, se persigue el objetivo de la equidad social en la medida de que los beneficios económicos y sociales derivados del turismo sean distribuidos en la comunidad generando mejores oportunidades. En este escenario, se debe promover el involucramiento de los habitantes y la comunidad en la planificación turística, para decidir límites y alcances.

Sostenibilidad medioambiental: La práctica turística cultural desregulada puede provocar la destrucción del hábitat y la biodiversidad ambiental, es imprescindible que las actividades del turismo se desenvuelvan considerando un responsable uso de los recursos naturales y culturales, idealmente minimizando y aportando a su conservación y cuidado. Se debe mantener una conciencia respecto al uso eficiente y renovable de los recursos tanto por parte de las empresas turísticas como de los turistas.



5. Buenas prácticas para el turismo cultural sostenible

Este apartado permite a los actores principales de la práctica turística de Nahuizalco, adoptar experiencias de gestión sostenibles de una manera sencilla y efectiva²⁸⁵. Las buenas prácticas para el turismo cultural sostenible forjan destinos turísticos responsables, un desarrollo sostenible o la *sostenibilidad* se alcanza cuando se atiende en forma balanceada, tres principios básicos, *Económico Empresarial, Socio-cultural Náhuat-Pipil y Ambiental*. La tabla 15 expone sobre estos postulados, los principales elementos que se deben considerar en cualquier propuesta de buenas prácticas dentro del ámbito del turismo cultural sostenible.

Tabla 15. *Buenas prácticas para un turismo cultural sostenible en Nahuizalco.*

BUENAS PRÁCTICAS PARA UN TURISMO CULTURAL SOSTENIBLE		
Eje de Sostenibilidad	Descripción	<i>Buenas prácticas Turísticas Culturales Sostenibles</i>
Económico Empresarial	Este eje es de importancia para la sostenibilidad de las empresas turísticas de Nahuizalco, donde es indispensable desarrollar esquemas de gestión que permitan alcanzar los objetivos de sostenibilidad que se definan, ya que únicamente las organizaciones que implementan prácticas adecuadas de administración, aseguran el éxito de sus objetivos en el mediano y largo plazo.	<ul style="list-style-type: none"> – Política de sostenibilidad que asegure los objetivos – Política empresarial como pautas de comportamiento – Gestión de calidad y procesos como herramientas – Gestión de elementos humanos, fuentes de cambio y éxito – Gestión financiera que integre rentabilidad y sostenibilidad – Gestión de seguridad en lo laboral y ambiental – Comunicación como información clave a los clientes
Socio-Cultural <i>Náhuat-Pipil</i>	La práctica turística de Nahuizalco convive con un entorno social, conformado por un grupo de personas que comparten objetivos para el desarrollo, por lo cual, la relación entre el actor turístico y su entorno socio-cultural <i>Náhuat-Pipil</i> debe convertirse en una base sólida de beneficio mutuo. Además se debe trabajar en la conservación y sostenibilidad de los recursos culturales, fomentando un atractivo que favorezca y motive a los visitantes de Nahuizalco.	<ul style="list-style-type: none"> – Las empresas turísticas contribuye al desarrollo de la comunidad de Nahuizalco. – La práctica turística respalda el respeto hacia los indígenas, su cultura y su población en general. – La empresa turística y la comunidad deben emprender acciones que favorezcan el rescate y la protección del patrimonio histórico-cultural <i>Náhuat-Pipil</i>. – La empresa y la comunidad proponen actividades culturales que son parte del producto turístico.
Entorno Ambiental	Si la industria turística no se regula adecuadamente, puede generar un impacto negativo en la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> y en el ambiente natural. La conciencia ambiental y social en los turistas se debe considerar en los planes de acción turística; por ende, éstos deben adoptar prácticas amigables con el ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> – Gestionar formas de reducir el efecto invernadero – Crear conciencia en el consumo de agua – Ahorro energético y utilización de fuentes alternas – Gestión de biodiversidad, componente del ambiente natural – Minimizar fuentes de contaminación y evitar enfermedades – Reducir desechos sólidos producidos por el turismo.

Fuente: *Elaboración propia*

²⁸⁵ Una actividad turística sostenible, es aquella cuyos impactos económicos, sociales y ambientales permitan complacer las necesidades del presente, sin limitar la habilidad de satisfacerlas, con plenitud y disfrute, en el futuro.



XV. REFLEXIONES SOBRE LA PRÁCTICA TURÍSTICA DE NAHUIZALCO

Una vez advertido en el romano anterior, todo un conjunto de estrategias para fortalecer la práctica turística de Nahuizalco; continúa este apartado con un portafolio de diversas posturas reflexivas, que complementan estratégicamente lo propuesto a lo largo de este informe:

1. Patrimonio Cultural Inmaterial: *oportunidades turísticas para Nahuizalco*

Esta propuesta se orienta a un turismo cultural auténtico, sostenible y con amplia base comunitaria, el alma de este propósito descansa en el *Patrimonio Cultural Inmaterial Náhuat-Pipil*, donde Nahuizalco exhibe hacia el mundo una serie de objetos, símbolos, significados, productos y fantasías. Esta tipología de turismo crece y se diversifica en este destino histórico, por lo que se debe revisar el concepto de *Turismo Cultural*: Por un lado, satisfacer las demandas propias del turismo en general y por otro, perfilar mejor el desarrollo sostenible de las comunidades donde se ofrece el turismo «cultura viva» en alguna de sus variantes que se pueden ofertar como: *rural comunitario, étnico, antropológico, otros*.

La conciencia de las autoridades turísticas acerca del turismo cultural en Nahuizalco, no está directamente relacionada con el aumento cualitativo de los turistas, sino con la oferta y demanda de un concepto mucho más amplio de cultura que el convencional, en el que el patrimonio material e inmaterial siguen manifestándose en fiestas patronales y religiosas, arte popular y artesanía, lenguas propias como la *Náhuat-Pipil*, gastronomía cotidiana y festiva, música, danzas e industrias culturales. Ante escenario se advierte la interrogante:

¿Qué debe ofrecer Nahuizalco en una relación oferta/demanda que garantice sostenibilidad, el respeto por la identidad de las comunidades Náhuat-Pipil, satisfacción de turistas, preservación de la cultura, que a la vez adopte desafíos?

La cultura *Náhuat-Pipil*, está presente en todo su quehacer, desde la cotidianidad comunitaria hasta las modernas expresiones culturales, donde su condición de destino le resulta un privilegio para el desarrollo de un turismo cultural con raíces en lo popular y perspectiva sostenible. Nahuizalco puede dar un salto importante en lo que es turismo cultural sobre la base del *patrimonio inmaterial*²⁸⁶. Esta propuesta debe ser capaz de conservar estratégicamente factores intangibles de la identidad cultural Náhuat-Pipil y estilos de vida de sus habitantes, así como la sostenibilidad y el recurso (*productos*) que se ofrecen. A continuación, se proponen las categorías más significativas de patrimonio inmaterial que Nahuizalco puede ofertar con mayor relevancia: *fiestas y celebraciones; gastronomía, industrias creativas y rutas culturales*.

²⁸⁶ La UNESCO señala la importancia del patrimonio cultural inmaterial que los clasifica en los siguientes apartados: *tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativas a la naturaleza, como saberes y técnicas vinculadas a la artesanía tradicional*. En la misma línea, la OMT apunta a las siguientes seis categorías de patrimonio inmaterial: *artesanía y artes visuales; gastronomía y prácticas culinarias; prácticas sociales, rituales y festivos; música y artes escénicas; tradiciones y expresiones orales; conocimiento y prácticas relacionadas en la naturaleza*.



a) Fiestas y celebraciones

En Nahuizalco como en el resto de municipios del país, la abundancia de fiestas suele estar ligada a un calendario anual, donde se programan festejos de orden religioso de raíz prehispánica, fiestas cívicas, ferias comerciales y las asociadas a las exigencias de los turistas. La oferta turística cultural existe de manera espontánea de manera organizada y es en muchos casos innovadora y creativa. El **anexo 6** propone un calendario básico de fiestas y celebraciones asociadas al turismo cultural de Nahuizalco.

b) Gastronomía

La gastronomía de Nahuizalco y su mercadito nocturno comienzan a sonar en el mundo y puede incluirse como una pieza clave en el rompecabezas del turismo cultural. En ese sentido la gastronomía se acerca más y mejor que ninguna otra expresión de patrimonio inmaterial. El reto está en hacer explícito el valor cultural *Náhuat-Pipil* de lo que los visitantes requieran, una parte fundamental de este desafío está en no separar la cocina doméstica autóctona y regional de la oferta turística de restaurante.

La gastronomía ancestral de Nahuizalco está considerada por sus visitantes, como una de las cocinas más auténticas de todo el territorio salvadoreño y que sobrevive a los cambios que trae la acelerada modernización a este rubro de oferta turística cultural. Por ello es necesario fortalecer la tradición culinaria ancestral, así como también, la revaloración del mercado como espacio donde se adquieren e intercambian viejos secretos de cocina.

c) Industrias creativas

Nahuizalco como destino turístico cuenta con manifestaciones y expresiones culturales reconocidas que deben considerarse como Patrimonio Cultural Inmaterial (*entre fiestas, peregrinaciones, música, danzas, saberes tradicionales, medicina, rituales, otros*). El objetivo es que sean respetadas como parte de la diversidad cultural que caracteriza la práctica turística de este municipio, logrando incrementar la autoestima de sus pobladores por su cultura viva *Náhuat-Pipil* y a la vez una atracción para los turistas culturales.

Nahuizalco es reconocido como uno de los cinco destinos artesanales del país, por su variada oferta existente y por el valor cultural de sus procesos²⁸⁷. La artesanía es una importante actividad económica con un doble impacto: aporta beneficios directos a sus pobladores que lo produce y a la vez estimula el turismo receptivo, que genera la más importante generación de ingresos para el municipio y sus habitantes. La reciente *Ley de Cultura* reconoce a los artesanos por la importancia de sus obras y por su esfuerzo en la conservación de esta tradición, una de las más ricas y variadas del país. Cada vez que se aprecia una pieza de la exquisita artesanía *Náhuat-Pipil*, es tener presente que se encuentra ante varios siglos de historia condensada. Experiencia que compromete mayor énfasis en la riqueza y el valor de la artesanía auténtica como parte de la práctica del turista.

²⁸⁷ A Nahuizalco le acompañan los siguientes destinos: Ilobasco-Cabañas (*Muñecos de Barro*), Arte NAIF de la Palma-Chalatenango (*Artesanía en madera*), San Sebastián-San Vicente (*Confección de textiles*) y Comasagua-La Libertad (*Encanto de Flores Artesanales*). Apud. El Diario de Hoy. *Turismo. 5 Destinos Artesanales*. Viernes, 2 Junio 2017, p.84-85.



d) Rutas Culturales

Un rubro importante dentro del Patrimonio Cultural de Nahuizalco, está compuesto por las rutas culturales, en ellas destacan estratégicamente *Ruta de Las Flores* y *Ruta Náhuat-Pipil*, ambas importantes pero en distintos grados de puesta en valor. Este rubro cuenta con todas las condiciones para convertirlo en un atractivo de primera línea, por lo que se sugiere permanecer participando ampliamente en las mencionadas rutas culturales.

2. Estrategias para fortalecer el modelo propuesto “SENTIKITILIS”

La presente propuesta de consultoría turística “*Sentikitilis*”, tiene por objeto una relación de colaboración triangular entre *turismo*, *cultura Náhuat-Pipil* y *comunidad*, un modelo expuesto y fundamentado en los tres círculos de cada elemento que permite, proceder a su aplicación en la práctica del turismo de Nahuizalco; con el fin de formular estrategias y recomendaciones técnicas para fortalecer el sistema turístico cultural; con fundamento en el desarrollo sostenible. Sin embargo se pronuncian a continuación unas estrategias complementarias que fortalecen la aplicabilidad de este modelo propuesto.

a) Grado de interdependencia entre *turismo* y cultura *Náhuat-Pipil*

En términos generales la relación estratégica entre el sector *cultural* y el *turismo* se percibe débil en la mayoría de los destinos turísticos. En Nahuizalco, la realidad es que, a pesar de que la situación actual es la de generar sinergias, se sigue trabajando individualmente en términos de proyectos y acciones específicas. Es preciso lograr que esa relación sea realmente estratégica y coherente para alcanzar los niveles necesarios de eficiencia y eficacia de la práctica turística cultural del municipio.

La combinación de *turismo cultural* y *creativo* ha sido denominada recientemente «*turismo naranja*», siguiendo el ejemplo de otros segmentos turísticos, lo que advierte diversos retos a futuro, la clave es articular el trabajo en comité entre administraciones públicas, sector privado y organismos internacionales, entre otros.

b) Esfuerzos de armonía entre los turistas y la comunidad de Nahuizalco

El turismo cultural y creativo de Nahuizalco debe presentarse como una oportunidad para la diversificación y el desarrollo sostenible como destino y productos, ya que permite reducir la estacionalidad de la actividad turística y la descentralización territorial de la oferta, contribuyendo además al desarrollo del municipio mediante la creación de empleos y oportunidades de negocio. En esta modalidad turística cultural se trabaja con un elemento clave para la comunidad que es la identidad cultural *Náhuat-Pipil*, por lo que se hace necesario el desarrollo de procesos de participación para evitar y/o reformular conflictos potenciales o existentes entre la comunidad y los turistas. Este enfoque contempla una dimensión social inclusiva de participación comunitaria, trabajo digno, igualdad de género y protección en la diversidad de las expresiones culturales.

El establecimiento de sinergias entre turistas y la comunidad es posible, se mencionan algunas experiencias practicables que pueden agruparse en cuatro sectores:

- **Turismo cultural comunitario:** viajes experienciales que promueven el respeto hacia la comunidad con identidad, un enfoque que permite un intercambio cultural
- **El turismo creativo:** permite nuevas oportunidades centradas en la creatividad que abarcan desde la artesanía tradicional a las complejas cadenas productivas, mediante la participación y la creación de oportunidades para la comunidad.
- **Turismo colaborativo:** conocido como turismo compartido, los viajes, se convierten en personalizados con experiencias únicas.
- **Turismo de voluntariado:** práctica turística asociada a las acciones culturales de la comunidad, tales como colaborar con la conservación de recursos culturales.

En definitiva, es importante crear espacios para la participación de la comunidad, en cuanto al turismo cultural se deben crear redes para los actores claves, asimismo; generar *productos-mercado* específicos para la promoción y comercialización.

c) **Cultura *Náhuat-Pipil*, turismo y comunidad: *sinergias para contribuir al desarrollo***

Para generar desarrollo turístico cultural en el municipio de Nahuizalco y sus habitantes, a partir de una estrategia conjunta de *cultura y turismo*, es preciso crear y fortalecer una red de turismo cultural que involucre a todos los agentes interesados y promueva una simbiosis estratégica para generar sinergias conjuntas entre la cultura *Náhuat-Pipil*, el turismo y la comunidad. Si Nahuizalco como destino opta por fortalecer el turismo cultural, es vital crear un conjunto de políticas turísticas culturales con objetivos, acciones, indicadores y cronograma para su implementación. Esta propuesta cumple este cometido.

3. Sistema de políticas turísticas culturales

La singularidad de las políticas dirigidas al turismo cultural, normalmente tienen su origen en la particularidad con los que se construye la oferta y sus determinantes, esta propuesta atiende este criterio para fortalecer la práctica turística de Nahuizalco. Sin embargo se proyectan en este apartado, algunas temáticas que deberían de incorporarse a este informe:

a) **Mecanismos de colaboración con MITUR y Ministerio de Cultura**

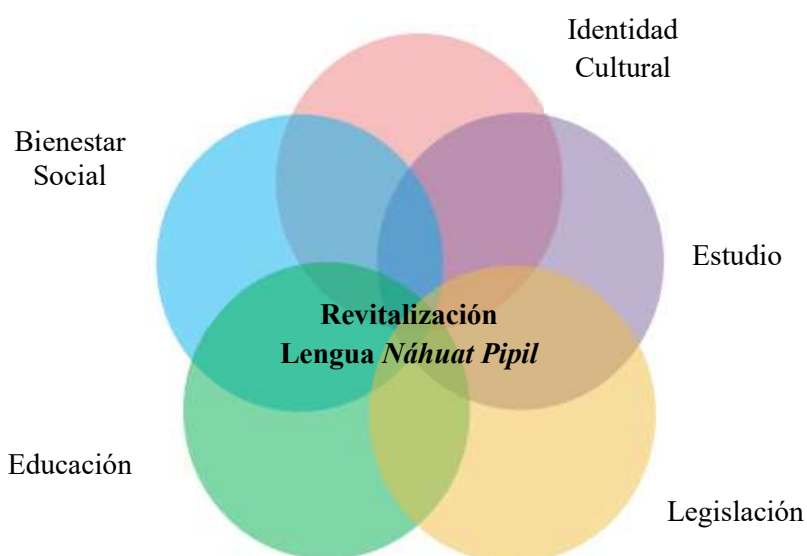
En Nahuizalco, las actividades y políticas turísticas culturales competen a diferentes instancias, lo que dificulta una cooperación efectiva. El Ministerio de Turismo, CORSATUR y Ministerio de Cultura²⁸⁸ son los encargados de representar un papel articulador coordinando a todas las áreas involucradas, todo en combinación con el Comité de Competitividad Municipal de Nahuizalco y Comité de Desarrollo Turístico. Esta línea de trabajo debería formalizarse en una política nacional de turismo cultural.

²⁸⁸ El Gobierno de El Salvador, oficializa el *Ministerio de Cultura* en sustitución de la Secretaría de la Cultura de Presidencia de la República (*SECULTURA*). Este ministerio tiene la visión de ser la institución que garantice el derecho a la cultura como factor de identidad y de cambio social. *Apud.* El Diario de Hoy. *Gobierno oficializa Ministerio de Cultura*. Viernes 20 de Abril de 2018, p. 84.

b) Rescate de la lengua *Náhuat-Pipil*

La identidad cultural de Nahuizalco está relacionada a su lengua *Náhuat-Pipil*, por lo que la gradual pérdida de ésta ubica en peligro inmediato la identidad como pueblo originario y de paso su práctica turística, manifestada por sus costumbres y tradiciones²⁸⁹. Ante esta realidad resulta imperante revitalizar la lengua materna de este destino turístico; un proceso a través del cual se logra que una lengua que ha dejado de ser utilizada cada vez menos como medio de comunicación principal, recupere su identidad. La **figura 12** propone cinco dimensiones que deben incluirse en el proceso de revitalización del *Náhuat* y la revalorización de su cultura, un elemento esencial de identidad cultural²⁹⁰.

Figura 12. *Modelo de revitalización de la lengua Náhuat-Pipil*



Fuente: Recuperado de: Lemus, Jorge E. (2015). *El pueblo pipil y su lengua: de vuelta a la vida*. 1ª Edición. San Salvador. El Salvador: Editorial Universidad Don Bosco. Apartado Postal 1874, p.95-108.

c) Cooperación entre Gobierno Central, Municipalidad y Comunidad

El gobierno central y la Municipalidad de Nahuizalco deberían establecer un sistema de estrecha cooperación en pro de la consolidación del valor del patrimonio cultural *Náhuat-Pipil*, importante activo para el desarrollo sostenible. En este caso en particular se refiere a una gestión turística que destaque el establecimiento de un sistema fundamentado en los intereses económicos y sociales de la comunidad de Nahuizalco, sobre todo de la comunidad indígena artesanal.

²⁸⁹ En Nahuizalco, la lengua *Náhuat-Pipil* presenta un grado de deterioro ya que la mayoría de su población solo expresan frases y palabras sueltas. En El Salvador, únicamente los *Pipiles* como pueblo originario han mantenido su lengua, aunque hablada por un grupo muy pequeño de ancianos sobre todo en el departamento de Sonsonate.

²⁹⁰ Un modelo aplicado por más de una década para evitar que la lengua *Náhuat-Pipil* llegue a la extinción total, este se debe adaptar a las características sociolingüísticas de Nahuizalco.



XVI. FACTORES CLAVES PARA EL ÉXITO Y ASEGURAMIENTO

Para garantizar el aseguramiento y la continuidad de esta propuesta de consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, es necesario que se cumplan los siguientes factores de éxito:

- Propiciar acciones para un mayor conocimiento de la cultura *Náhuat-Pipil*, lo que podría implicar: elaboración de manuales, folletos, contenidos actualizados en páginas web, incorporación de aspectos de interpretación de principales lugares históricos de Nahuizalco.
- Comprender la importancia cultural y turística de la artesanía autóctona de Nahuizalco, fortaleciendo la cadena productiva artesanal para mantener las tradiciones y potenciar las oportunidades que puede ofrecer la actividad turística. En este sentido, es necesario resaltar el valor de la artesanía como *cultura viva*, reduciendo riesgos de que pueda desaparecer o desvirtuarse, sin olvidar como la producción cultural es susceptible de ser promocionada como recurso turístico y generador de ingresos. La incorporación de visitas a talleres de artesanos puede proporcionar al turista una experiencia real de los modos de producción tradicionales, permitiéndole obtener un mayor conocimiento de la cultura *Náhuat-Pipil*.
- Es importante examinar las posibilidades de realizar estudios de impacto ambiental y cultural sobre el desarrollo de nuevas infraestructuras en lugares cercanos a sitios patrimoniales y a comunidades tradicionales.
- Fomentar programas de capacitación y formación en turismo cultural, reconociendo que las personas, deben ser los protagonistas de su propio desarrollo.
- Desarrollar un calendario de turismo cultural (*religioso y de eventos culturales*) para Nahuizalco, que contenga información clave sobre las festividades y fiestas populares, podría contribuir a una mejor organización de toda la cadena de valor del sector turístico, lo que permitiría una gestión más armónica de los flujos turísticos a partir de una mayor previsibilidad. Este calendario también podría convertirse en una poderosa herramienta de marketing y de promoción nacional e internacional (*ver anexo 6*).
- Una importante área en turismo cultural de Nahuizalco, es el turismo gastronómico que debe continuar fortaleciéndose con nuevos productos y servicios orientados tanto a visitantes como a las poblaciones y municipios circundantes de la *Ruta de Las Flores y Ruta Náhuat-Pipil*.
- La importancia de introducir gradualmente las nuevas tecnologías en la gestión de los atractivos de turismo cultural, aprovechando la potencialidad para alcanzar una mayor difusión del conocimiento sobre los sitios y atractivos culturales de Nahuizalco.
- Incorporar emprendimientos comunitarios, facilitando la formación de pequeñas empresas y alianzas con el sector privado y evitando crear falsas expectativas en las comunidades.



XVII. PARTICIPANTES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Par el desarrollo, implementación y ejecución de esta propuesta de consultoría, es apropiado contar con entidades y autoridades que participen de manera activa y colaborativa de su culminación. El **anexo 7** presenta un cronograma de actividades, traducidas en fases de implementación de propuesta, para ello se presenta la siguiente clasificación de participantes, en la que según sus responsabilidades darán seguimiento:

A nivel Municipal-Territorial	A nivel Nacional
Comité de Turismo Cultural <i>Náhuat-Pipil</i> (CTC)	Ministerio de Turismo (MITUR) Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)
Comité de Desarrollo Turístico (CDT)	Ministerio de Cultura
Comité de Competitividad Municipal (CCM)	Asociaciones de Artesanos y mesas de desarrollo turístico
Casa de La Cultura de Nahuizalco	Otras instituciones
Comunidad (Mesa) de Artesanos <i>Náhuat-Pipil</i> Asociación de Pueblos Originarios	
Unidades Productivas Ofertantes (UPO)	Universidad de El Salvador (UES) Otras instituciones educativas culturales.
Centro de Desarrollo de Artesanos (CEDART)	Empresas del sector turístico y cultural
Alcaldía Municipal de Nahuizalco	Organizaciones Internacionales

XVIII. RECONOCIMIENTO DE PROPUESTA POR PARTE DE NAHUIZALCO

Las autoridades en materia de turismo y cultura de Nahuizalco: Comité de Competitividad Municipal (CCM), Comité de Desarrollo Turístico (CDT), Casa de la Cultura y Convivencia, Asociación de Artesanos, representación de pueblos indígenas *Náhuat-Pipil* y miembros representantes de la comunidad (*sector privado, instituciones académicas, organizaciones no gubernamentales*), delegados de: gestores del turismo como Ministerio de Turismo y Corporación Salvadoreña de Turismo (MITUR-CORSATUR), Ministerio de Cultura, Policía Nacional de Turismo (POLITUR), y demás organizaciones relacionadas, todos reunidos con ocasión de reconocer la propuesta de consultoría que enfoca un modelo *turístico cultural* denominado *Sentekitilis Náhuat-Pipil*, un conjunto de estrategias de fortalecimiento de la práctica turística de Nahuizalco, que cumple con los estándares internacionales sobre la gestión de *Turismo y Cultura*, que son asistidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Este modelo de fortalecimiento del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco* se fundamenta en:

- La cultura *Náhuat-Pipil* es para Nahuizalco, un motor de desarrollo local y atenuante de pobreza para la comunidad.
- Identificación de oportunidades y retos en la industria turística regional y nacional
- Implementación de una perspectiva cultural en políticas turísticas del municipio



- Rescate y conservación del patrimonio inmaterial de Nahuizalco
- Respeto por las costumbres y tradiciones del pueblo indígena *Náhuat-Pipil*
- Estrategias de colaboración y fortalecimiento de la práctica turística en las dimensiones *Turismo, Cultura Náhuat-Pipil y Comunidad*.

La propuesta de fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco considera que:

- El crecimiento evidente del turismo, se ha convertido en uno de los principales sectores socioeconómicos de Nahuizalco y a nivel de país.
- El turismo está generando en Nahuizalco oportunidades de crecimiento económico que debe ser integrador (*Turismo, Cultura y Comunidad*) y de desarrollo sostenible, que siga creando puestos de trabajo, regenere la zona rural y urbana, evite la migración, desarrolle a los artesanos, valorando y protegiendo el patrimonio natural y cultural *Náhuat-Pipil*.
- El turismo cultural puede contribuir notablemente al desarrollo socioeconómico de Nahuizalco y el empoderamiento de las comunidades locales.
- La cultura *Náhuat-Pipil* se forma: en el patrimonio cultural y natural de Nahuizalco, manifestadas en sus tradiciones y costumbres, danzas folclóricas, la lengua *Náhuat*, la cocina artesanal, historia de su pueblo y la marcada tragedia de 1932, sus artesanías de fibras naturales y madera, su mercado nocturno, el comercio de hortalizas y legumbres, la plaza histórica que concentra turistas de diversas regiones. Práctica que encierra un inmenso valor para las comunidades receptoras, modela la identidad comunitaria, la hospitalidad para los turistas y fomenta el respeto entre pueblos, logrando diferenciarse.

Consideraciones:

- La salvaguarda de la cultura en sus manifestaciones es garantía de desarrollo sostenible.
- El turismo sostenible puede contribuir decisivamente a la salvaguarda y el fomento de la valoración del patrimonio material e inmaterial de Nahuizalco, donde reconoce que la cultura contribuye al desarrollo económico inclusivo.
- Situar la cultura *Náhuat-Pipil* en el centro de las políticas de desarrollo sostenible, se reafirma que la cultura debe ser considerada como factor fundamental de la sostenibilidad, ya que es fuente de sentido y de energía, de creatividad e innovación, y recurso para responder a los desafíos y hallar soluciones apropiadas.
- Esta propuesta exhorta a las autoridades y actores claves de la práctica turística, la comunidad de Nahuizalco y el sector privado a promover investigación, innovación, oportunidades referente a los lazos firmes que unen el *turismo y cultura*, al tiempo que subrayan la necesidad de modelos de asociación que reporten beneficios mutuos.



El presente informe como propuesta de consultoría, es consecuencia de un profundo diagnóstico realizado *al Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil* del municipio de Nahuizalco. Este instrumento contiene políticas y estrategias turísticas culturales, que permiten a los actores claves de este histórico destino, el fortalecimiento de su práctica turística; en la que se aproveche el turismo de forma competitiva, colaborativa y sostenible el potencial de la cultura *Náhuat-Pipil*; logrando con ello el beneficio, sustento y desarrollo *económico-social*, que mejoren de forma inclusiva, la calidad de vida de sus habitantes. Por tal motivo, las autoridades abajo firmantes en materia de *turismo y cultura* del municipio de Nahuizalco, juntamente con los consultores profesionales; reconocen esta propuesta de consultoría turística cultural:



AUTORIDADES FIRMANTES DE PROPUESTA TURÍSTICA CULTURAL DE NAHUIZALCO

SRA. FLOR CASTANEDA DE ELÍAS

COMITÉ DE COMPETITIVIDAD MUNICIPAL DE NAHUIZALCO



SRA. MARÍA DEL CARMEN FLORES
ASOCIACIÓN DE DESARROLLO TURÍSTICO



SRA. BERTA ALICIA ESCOBAR
CASA DE LA CULTURA NAHUIZALCO



SR. MARVIN ALFREDO SANTOS
MUSEO COMUNITARIO *NAHUAT-PIPI*L



SR. GERARDO CHÁVEZ
ENLACE MUNICIPAL EMPRESARIAL
(EMPRE) NAHUIZALCO



LIC. CARLOS E. LÓPEZ LAZO, MSc.
CONSULTOR MAECE-UES

ING. ROSARIO EVELYN PERDOMO ORELLANA
CONSULTORA MAECE-UES

XIX. ANEXOS

Anexo 1p. Apartados de la ley de turismo que enmarcan el turismo cultural

Ley de Turismo	Descripción interpretativa relacionado con el turismo cultural
Considerando II	<p>La cultura salvadoreña (Mayormente Náhuat-Pipil) es una característica potencial de desarrollo turístico, forma parte de la oferta que contribuye a la calidad de vida de la población.</p> <p><i>“El territorio de la república está dotado de recursos que por su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, tienen gran potencial de desarrollo turístico, cuya utilización racional contribuirá a mejorar y diversificar la oferta turística,...con ello, mayores niveles de ocupación y empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la población”.</i></p>
Considerando III	<p>Estimular el desarrollo de actividad turística es de interés nacional, que contribuye al crecimiento económico y social, basada en la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad y rentabilidad.</p> <p><i>“Que es de interés nacional estimular el desarrollo de la actividad turística, como medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país,... basada en la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad, en el respeto al medio ambiente y a los recursos naturales y culturales y en la diversificación del producto...asegurar la rentabilidad de la industria turística”.</i></p>
Art.2 Objeto y definiciones (Lit. b)	<p>La cultura salvadoreña es un recurso turístico nacional, considerado o desarrollado como atractivo turístico.</p> <p>Recursos Turísticos Nacionales: Todos los recursos y sitios recreativos, arqueológicos, culturales y naturales que se encuentran dentro del país y que son considerados o desarrollados como atractivos turísticos.</p>
Art.2 Objeto y definiciones (Lit. e)	<p>Proyecto de Interés Turístico Nacional: Proyecto o Plan Maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, que es calificado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo, en virtud de su interés y contexto recreativo, cultural, histórico, natural o ecológico, que lo hacen elegible para gozar de los incentivos que concede la ley de turismo.</p>
Art.4 Competencia en materia de turismo	<p>El Ministerio de Turismo (MITUR), es la Secretaría de Estado, como organismo rector en materia turística.</p> <p><i>“La Secretaría de Estado que de acuerdo al Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo conozca de la materia de turismo en adelante la Secretaría de Estado, es el organismo rector en materia turística; le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y del Plan Nacional de Turismo, así como del cumplimiento de los objetivos de la presente Ley y sus Reglamentos...”</i></p>
Art.15 Obligaciones de los titulares de empresas turísticas	<p>Existencia de política y actividades turísticas específicas (Turismo cultural)</p> <p>Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural; y se organizará de modo tal que permita la supervivencia, enriquecimiento y el florecimiento de la producción cultural, artesanal y folklórica.</p>
Art.22 Condiciones y regulaciones para el otorgamiento de incentivos	<p><i>“El Ministerio de Turismo otorgará calificación o denegatoria de los proyectos de interés turístico nacional, previa opinión favorable del Ministerio de Hacienda, del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la República...”</i></p>

Fuente: Elaboración propia, *apud*, referencia la *Ley de Turismo*.



Anexo 2p. Apartados principales de la Ley de Cultura

<i>Ley de Cultura</i>	<i>Descripción interpretativa relacionada</i>
Considerando I y II	<p><i>La Cultura</i> en El Salvador, constitucionalmente (<i>Art.1 y 53</i>), se reconoce como un derecho inherente de los habitantes de la República, en consecuencia es obligación primordial su conservación, fomento y difusión.</p> <p><i>La Constitución (Art.63) establece que la riqueza artística, histórica y arqueológica forma parte del tesoro cultural salvadoreño, y reconoce a los pueblos indígenas, manteniendo y desarrollando su identidad étnica y cultural.</i></p>
Art.1 y 2 Objeto y Aplicación	<p>Objeto: un régimen jurídico que desarrolle, proteja y promueva la cultura, y fundamente la política estatal en dicha materia.</p> <p>Aplicación: se declara de <i>interés social</i>; las disposiciones, los derechos y las obligaciones son aplicables a todas las personas naturales y jurídicas.</p>
Art.3 Definiciones (Lit. a, f y g)	<p>Cultura: conjunto de valores y creencias que dan forma, orientan y motivan el comportamiento de las personas; y que comprende el conjunto de procesos, de producción, reproducción e intercambios simbólicos, cuya génesis reside en la dimensión humana creadora de sentido que se expresa en realidades tangibles e intangibles.</p> <p>Diversidad cultural: La multiplicidad de formas que adquiere la cultura a través del tiempo y del espacio, que se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan a los grupos y a las sociedades.</p> <p>Identidad cultural: El proceso de delimitación simbólica de los contornos de una comunidad real o imaginada realizada por individuos o colectividades que han configurado un sentido de pertenencia con una nación, nacionalidad, etnia, localidad o grupo social.</p>
Art.4 Derecho a la Cultura	Es inherente a la persona humana, en consecuencia es obligación y finalidad primordial del Estado proteger, fomentar, difundir y crear las condiciones para el desarrollo de los procesos culturales..., tomando en cuenta la diversidad cultural de los pueblos.
Art.9 El Castellano y las lenguas ancestrales	El castellano es la lengua oficial de El Salvador y constituye parte de los bienes constitutivos del patrimonio cultural, al que pertenecen igualmente las lenguas de los pueblos indígenas (<i>Náhuat-Pipil</i>). El Estado está obligado a promover y conservar en todo el territorio el rescate, la enseñanza y el respeto de las lenguas ancestrales.
Art.23 Política Nacional de Cultura	Es el conjunto de objetivos y directrices de naturaleza pública, que tienen por finalidad garantizar a la persona el pleno goce de los derechos culturales. Establecerá las directrices para la acción y coordinación de las estrategias culturales del Estado.
Art.38 y 39 Fomento, promoción y Política Municipal de Cultura	Es competencia de los gobiernos locales y contará con el apoyo del Estado Los gobiernos locales dentro de su gestión cultural podrán tomar como base los lineamientos establecidos en la <i>Política Nacional de Cultura</i> , para la emisión de su <i>Política Municipal de Cultura</i> , de acuerdo a las características culturales de cada municipio.
Art.40 Unidad de Cultura de los municipios	Los gobiernos locales podrán crear departamentos o unidades de cultura, en forma individual o asociada con otro u otros municipios, mediante convenios de cooperación o entidades creadas de conformidad al Código Municipal y podrán coordinarse con las instituciones y asociaciones culturales locales.
Art.41 Plan Operativo Anual de Cultura de los Municipios - POAC	POAC: conjunto de programas y proyectos culturales que el gobierno local apruebe en cada año, los cuales serán formulados y propuestos al gobierno focal para su aprobación y evaluados participativamente por los departamentos o unidades municipales de cultura.
Art.44 Lenguas indígenas	Los gobiernos locales procurarán promover la preservación y divulgación de las lenguas náhuatl, caca huira y lenca-potón, en coordinación con instancias de la cultura.
Art.89 Casas de Cultura	Las casas de la cultura constituyen la institución que vela por la cultura en el país, una de sus funciones es apoyar la enseñanza de las lenguas y la historia de los pueblos indígenas.
Art.105 Protección del patrimonio cultural	Los gobiernos locales en coordinación con del Estado, procurarán realizar acciones encaminadas a la protección, conservación y defensa del patrimonio cultural.

Fuente: Elaboración propia, *apud* referencia en la *Ley de Cultura*.

Anexo 3p. Formación, capacitación y sensibilización en Turismo Cultural Náhuat-Pipil

Como propuesta y actividad inherente de esta consultoría turística, se asiste y organiza una *formación, capacitación y sensibilización del turismo cultural Náhuat-Pipil*; a directivos, miembros, representantes, actores y demás participantes de la práctica turística de Nahuizalco. Esta diligencia se considera un instrumento de intervención esencial con un aprendizaje que se constituye en uno de sus principales objetivos de esta consultoría.

El objetivo de esta formación y capacitación en Turismo Cultural Náhuat-Pipil:

Formar, capacitar y sensibilizar sobre la base técnica y teórica en turismo cultural *Náhuat-Pipil*, a los principales gestores y actores claves responsables de la práctica turística de Nahuizalco; permitiéndoles una comprensión integral que logre fortalecer sosteniblemente la práctica turística cultural, contribuyendo con ello al desarrollo social y económico del municipio.

Fuente teórica documental en Turismo cultural Náhuat-Pipil

Para esta actividad de consultoría se redacta un informe²⁹¹, utilizado como un instrumento facilitador de capacitación turística, una herramienta teórica que contiene; (*conceptualización, evolución, impacto, estudio de la demanda turística, destino, recursos, producto, mercado, gobernanza, y otros*), teoría de imperante estudio para la práctica turística de Nahuizalco

Metodología de Asistencia técnica y capacitación

La formación y capacitación fue desarrollada por ambos consultores mediante un *Seminario-Taller*, impartidas en el caso urbano de Nahuizalco (*instalaciones de la escuela parroquial y salón de reuniones de la Alcaldía de Nahuizalco*). Se realizaron cinco talleres de capacitación, participando 56 personas del sector turístico, cultural y miembros artesanos indígenas.



Fotografía 1. Estampa de los Consultores con un grupo destacado, en una de las formaciones y capacitaciones, dentro de las instalaciones de la Alcaldía Municipal. Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: enero 2017.

²⁹¹ López Lazo, C.E. & Perdomo Orellana R.E. (2016). *Marco Teórico Conceptual del Turismo Cultural Náhuat-Pipil. Una Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico en el municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.* (Trabajo de Graduación para optar al grado de Maestría en Consultoría Empresarial-MAECE). Universidad de El Salvador, San Salvador. 132p.

A continuación, se muestra uno de los certificados que fue entregado durante las formaciones y capacitaciones, actividad realizada por esta consultoría necesaria para el fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil* de este histórico municipio, bajo la responsabilidad de la Asociación de Desarrollo Turístico de Nahuizalco y Maestranes en Consultoría Empresarial-UES²⁹²

Figura 1. Certificado del Seminario-Taller en “Turismo Cultural Náhuat-Pipil”



²⁹² Esta certificación es en reconocimiento de la aprobación del programa de capacitación, donde se evidencia el 100% de asistencia a las jornadas y haber finalizado satisfactoriamente el *Seminario-Taller*, con una duración de 15 horas realizadas.



Al reverso de este certificado, se puede apreciar el PROGRAMA sobre el cual se desarrolló el Seminario-Taller.

PROGRAMA			
CAPACITACIÓN, FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EN TURISMO CULTURAL NÁHUAT-PIPII			
DÍA SÁBADO	Horas	DOMINGO	Horas
JORNADA MAÑANA		JORNADA MAÑANA	
1. La industria turística 2. Referencia Introdutoria del Turismo Cultural 3. Dificultad relacional entre el turismo y la cultura 3.1 Diferencias entre el sector turístico y el sector cultural 3.2 Afinidad entre el turismo y la cultura 3.3 Las relaciones entre el turismo y la cultura en los documentos internacionales 3.4 Perspectivas de la OMT ante la relación turismo y cultura 4. Conceptos en evolución: turismo, cultura y turismo cultural 4.1 Impactos del turismo cultural 4.2 Cuestionario Tipo Test: Conceptualización de Turismo Cultural 5. Sistema Turístico Cultural (STC)	2	11. Destinos turísticos culturales 11.1. El papel de la cultura en la conformación de destinos turísticos 11.2. Destinos urbanos y su producto cultural 11.3. Lo rural como espacio turístico en perspectiva cultural 11.4. La cultura como atractivo emergente de los destinos costeros 11.5. <i>Cuestionario Tipo Test: Destino Turístico Cultural</i> 12. Organización del mercado turístico cultural 12.1. Conformación del mercado turístico cultural: tipologías de mercado 12.2. Transformaciones en el mercado turístico cultural 12.3. Cuestionario Tipo Test: Mercado Turístico Cultural	2
Refrigerio	30 min	Refrigerio	30 min
6. La demanda del turismo cultural 6.1. ¿Quiénes son los turistas culturales? Estudio de sus perfiles. 6.2. Previsiones y tendencias en torno a la demanda de turismo cultural. 6.3. Cuestionario Tipo Test: Demanda de Turismo Cultural 7. Los recursos del turismo cultural 7.1. Conceptualización base 7.2. Factores condicionantes del potencial turístico de los recursos 7.3. . Infraestructuras y eventos e iniciativas culturales 7.4. Cuestionario Tipo Test: Recursos del Turismo Cultural	1.5	13. Políticas públicas del turismo cultural y redes de actores 13.1. Políticas de turismo cultural 13.2. Cooperación y redes de actores 13.3. Cuestionario Tipo Test: Gobernanza del Turismo Cultural	1.5
JORNADA TARDE		JORNADA TARDE	
8. El uso turístico del patrimonio cultural 8.1. Bienes culturales de naturaleza inmueble 8.2. Expresiones del patrimonio cultural inmaterial 8.3. Cuestionario Tipo Test: Uso turístico del Patrimonio Cultural	2	14. Breve estudio de la Ley de Cultura (El Salvador) 15. Ley de Turismo (El Salvador) 16. Día Internacional del turismo 17. Día de la Zona de la Ruta de Las Flores de El Salvador 18. Autoridades y/o entidades rectoras en materia turística nacional	2
Refrigerio	30 min	Refrigerio	30 min
9. Los actores del turismo cultural 9.1 El ecosistema turístico cultural 9.2 Identificación de los principales <i>Stakeholders</i> 9.3 Cuestionario Tipo Test: Actores del Turismo Cultural 10. Productos del Turismo cultural 10.1 Naturaleza del producto turístico cultural 10.2 Del producto a la experiencia turística cultural 10.3 El destino como producto turístico cultural y su tipología 10.4 Cuestionario Tipo Test: Productos del Turismo Cultural	2	Comentarios sobre: – <i>Carta Internacional sobre Turismo Cultural</i> – <i>Código Ético Mundial para el Turismo</i> – <i>El Impacto de la Cultura en el Turismo</i> – <i>Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura</i> – <i>Respuestas a cuestionario Tipo Test en Turismo Cultural</i>	2

Fuente: *Elaboración propia*



Anexo 4p. Metodología para confeccionar un Inventario de Recursos Turísticos Culturales

Cómo confeccionar un inventario de *recursos culturales*, es clave para la funcionalidad turística.

Nahuizalco es un destino turístico cultural, su *Comité de Desarrollo Turístico*; ha realizado trabajos de inventario de recursos culturales en su localidad, sin embargo este documento no cuenta con la metodología apropiada y utilizada para su adaptación a espacios que comprendan el conjunto de espacios patrimoniales de la Municipalidad. Conocer la situación y potencial de este histórico municipio como destino asociado al turismo cultural, implica necesariamente la elaboración de un inventario de sus *Recursos Turísticos Culturales*. Esta consultoría parte de esta experiencia acumulada, y propone una metodología de trabajo de confección de inventario de recursos culturales estructurada en tres fases sucesivas:

I. PRIMERA FASE

Es importante comenzar delimitando el ámbito del inventario. En principio de deben aplicar diferentes sistemas de trabajo en función del tipo de recurso cultural:

- a) Inventarios en sentido estricto para los bienes inmuebles delimitados como edificios y yacimientos arqueológicos;
- b) Catálogos de lugares de interés para elementos de mayores dimensiones como sectores urbanos y paisajes culturales;
- c) Agendas *turístico-culturales* para los distintos tipos de eventos; y
- d) Catálogos de talleres, tiendas y restaurantes en relación con la artesanía y la gastronomía.

Resulta útil trabajar sobre registros de elementos de interés cultural previamente establecidos, como los que se pueden encontrar en los catálogos de los planes especiales.

II. SEGUNDA FASE

Una vez definido el ámbito del inventario, es necesario proceder al diseño de una *ficha estandarizada* que puede estar organizada en cinco grandes bloques temáticos:

- 1. **Identificación y caracterización general.** Denominación, localización, cronología, eje temático, ente propietario o gestor, nivel de protección, otros.
- 2. **Uso y estado de conservación.** Uso principal, secundarios, estado conservación, otros
- 3. **Adecuación turística.** Posibilidad y condiciones de visita pública (*horarios, precios, tipo de entradas, tipos de visita*), señalización (*externa e interna*), comunicación (*material de apoyo a la visita, web propia*), servicios (punto de recepción, audio guías, tienda de recuerdos, baños, cafetería), otros.
- 4. **Utilización turística.** Número de visitantes, distribución temporal, tipos de visitantes en función de la entrada, procedencias, otros.
- 5. **Condiciones del entorno.** Perfil funcional, estado de conservación, accesibilidad, comunicación turística externa (*presencia en folletos, webs, guías de viajes*), integración en rutas turísticas, integración en sistemas de entradas combinadas, otros.



III. TERCERA FASE

Una vez que se ha diseñado y sometido a prueba la ficha, se procede a cumplimentar tantas fichas como elementos se hayan identificado. La obtención de la información se realiza mediante el vaciado exhaustivo de las fuentes disponibles, el trabajo de campo con observación directa y, en última instancia, el contacto con los responsables del bien, que pueden suministrar un conjunto amplio de datos internos propios de la gestión del elemento.

Una vez montado el cuerpo del Inventario, cabe proceder al análisis de la información que contiene el conjunto de fichas. A estos efectos, resulta conveniente una adecuada estandarización de los datos para su tratamiento estadístico. En sí mismo, el inventario constituye una herramienta crucial para el análisis integral del destino turístico dentro de un proceso más amplio de planificación. Además puede resultar de interés su integración en sistemas dinámicos de información al visitante, de tal forma que turistas y excursionistas sepan desde su lugar de residencia o ya en el destino los elementos que pueden visitar y cuáles son las condiciones específicas de visitas. En suma, un instrumento más para potenciar el interés por el destino.

Para confeccionar un inventario, se clasifican las tipologías de Recursos Turísticos:

1. **Recursos o atractivos naturales** (montañas, ríos...no es el caso del proyecto)

2. **Recursos históricos, monumentales o artísticos**

Bienes culturales que la historia ha legado al pueblo de Nahuizalco con especial importancia histórica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados *Náhuatl-Pipil* (*su visión de mundo, su forma de vida, su manera de ser y creer*). Ejemplo. Iglesia, museo, lugar histórico 1932, archivos históricos, lengua Pipil el *Náhuatl*.

3. **Recursos gastronómicos, folclóricos y artesanales**

Manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias, mercados, música, danza, la artesanía, comidas y bebidas típicas, grupos étnicos, recurso gastronómico (mercado nocturno), Recurso artesanal (*madera, mimbre, tule, semillas*) y folclóricos (*Historiantes, Canchules*) Recurso religioso (*Semana Santa, día de la cruz*).

4. **Fiestas, eventos y acontecimientos programados**

Ferias y exposiciones artesanales (*Día de Nahuizalco, fiestas patronales, día de Ruta de Las Flores, Pueblos Vivos, Ruta Náhuatl-Pipil*)

5. **Realización de técnicas, científicas o artísticas**

Elaboración de artesanías (*CEDART*).



A continuación, se describen los elementos básicos que debe contener una ficha de recurso turístico cultural, en la que cada *Recurso Turístico* tendrá a nivel de redacción (*máximo de 2 páginas por recurso*)²⁹³:

- a) **Definición:** ej., mercado nocturno (*que le acompañen fotografías*)
- b) **Características:** En que consiste, su origen, finalidad, y demás características
- c) **Atractivo turístico:** que atrae al turista, su relación con otros recursos,...
- d) **Su interpretación y significado cultural:** que de cultural tiene este recurso, que logra, que revive o mantiene, valores culturales, costumbres, mito, tradiciones. Implicaciones educativas, clasificación de arte: (*Arquitectura, danza, escultura, música, pintura y poesía, otras manifestaciones artísticas... artesanía y dentro de ellas: textil, madera, mimbre, esparto, orfebrería, meta, piel y cuero, cerámica y alfarería, piedra y vidrio*).
- e) **Interpretación:** No se basa en más información, esta es simplemente identificación, orientación, ubicación; interpretar es revelar al turista y comunidad el sentido y significado cultural del recurso, insertado en su historia.
- f) **Proceso de adaptación y gestión turístico:** Evaluación de potencialidad turística, fragilidad, propiedad, limitaciones legales, acceso físico o intelectual, público potencial recomendable. Problemas de accesibilidad, falta de señalización, falta de oferta complementaria, políticas de promoción, baja comercialización.
- g) **Entorno del recurso.** Relación con otros productos turísticos, estrategias de valor agregado, competencia o complemento entre ellos, sistema de transporte y comunicación.
- h) **Oferta básica turística.** Puesta en valor, ruta turística, eventos programados, itinerarios, imagen, precios.
- i) **Accesibilidad del recurso turístico.**
 - *Cultural* (información al visitante que permita interpretación y aprendizaje previo)
 - *Temporal* (Necesidad de horarios apropiados para los visitantes)
 - *Espacial* (Señalización apropiada *in situ* para movilización, servicios higiénicos....)
 - *Económica* (Accesibilidad a todo el público, política de precios)
- j) **Valoración del recurso:**
 - *Valor de uso* (utilidad en satisfacer la necesidad turística),
 - *Valor formal* (corresponde con el estímulo de los sentidos),
 - *Valor simbólico* (contexto sociocultural Iglesia colonial del siglo XVII)

²⁹³ *Apud* Crespi, M. y Planells, M. (2011). *Recursos Turísticos*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A.

Anexo 5p. Metodología para la Creación de Productos Turísticos Culturales

Para que los distintos recursos y atractivos culturales puedan formar parte del consumo turístico, deben ofrecerse en el mercado como productos turísticos adecuadamente estructurados y definidos. Por tanto, se expone una metodología básica para la creación de productos turísticos culturales, destacando y definiendo las etapas básicas que componen dicho proceso. Los *productos turísticos* están formados por un agregado de infraestructuras, equipamientos, servicios públicos, servicios turísticos y valores y atributos de imagen, todo ello ofrecido en un territorio y que el turista consume libremente, en función de sus motivaciones y necesidades.

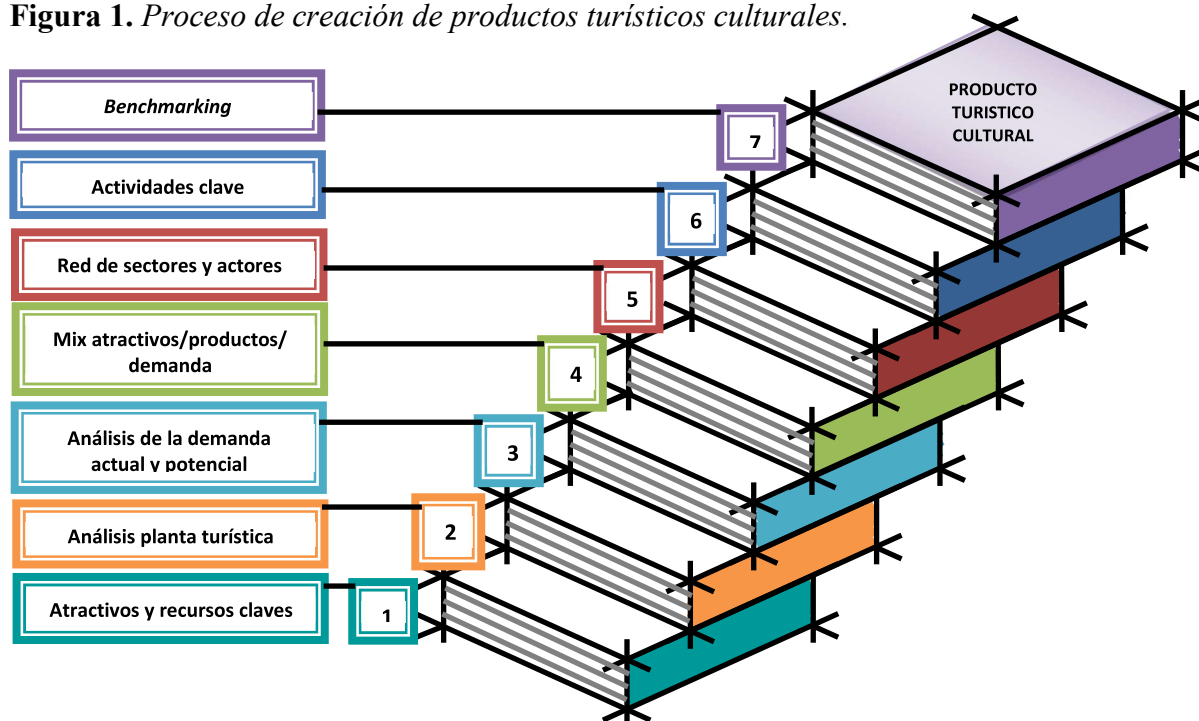
En el ámbito del turismo cultural, el *producto turístico* se tiene que crear a partir de la existencia de oferta cultural, es decir, no se puede separar la *oferta cultural* de la *oferta turística* durante el proceso de creación de productos turísticos. Pulido Fernández, *et al.* (2013:183).

A continuación, se exponen las fases fundamentales del proceso de creación de un producto turístico cultural (*Ver figura 1 siguiente página*):

1. ***Atractivos y recursos clave:*** Se deben identificar, acotar y calificar los recursos y atractivos existentes, tanto tangibles como intangibles. Para tal fin, se plantea la necesidad de generar un inventario vivo, que tiene que ser constantemente actualizado y debe referirse a atractivos y recursos tanto operativos como potenciales que puedan estar realmente disponibles en la práctica. En este inventario, es fundamental definir claramente tres aspectos: *el interés o valor turístico que posee el atractivo, el tipo de demanda y las infraestructuras necesarias.*
2. ***Análisis de la planta turística:*** Se realiza valorando cuantitativa y cualitativamente los servicios, básicos que garanticen la operación turística (*accesibilidad, telecomunicaciones, agua, electricidad, servicios sanitarios, alojamiento, restauración y transporte*) y complementarios (*excursiones, guías, actividades recreativas y educativas*); evaluando de lo que se dispone, qué se puede ofrecer y dónde se encuentra geográficamente.
3. ***Análisis de la demanda actual y potencial.***
 - ***Análisis de la demanda actual:*** se realizarán encuestas en destino a dos niveles: a) entrevistas en profundidad a los actuales oferentes de servicios turísticos (*alojamientos, restaurantes y empresas de servicios turísticos*), para detectar manifestado por el sector sobre: los actuales niveles de ocupación, temporadas de mayor demanda, actividades realizadas por los turistas, quejas más frecuentes, relación entre unos atractivos y recursos, y b) encuestas a turistas en destino.
 - ***Análisis de la demanda potencial:*** se realizan entrevistas en origen (*principales mercados emisores potenciales u objetivos, a turoperadores y agencias de viajes especializadas*, que cuenten con programaciones similares o que ya comercialicen el destino o destinos cercanos. Mediante estas entrevistas se detectará el interés del mercado por el producto turístico, sus posibilidades y dificultades de operación del destino, necesidades detectadas, medios más adecuados de promoción y comercialización propuestos, otros.

4. **Mix atractivos/productos/demanda.** Es una matriz de correspondencia entre *atractivos*, *productos* y *segmentos de demanda*, en la que se deberán definir los productos, actuales y potenciales, que ofrece o puede ofrecer el destino en función de los atractivos y recursos turísticos con los que cuenta y la demanda actual y potencial de los mismos.
5. **Red de actores claves.** Describe la red de proveedores, instituciones, organizaciones o asociaciones, así como otros actores, entre ellos ONG y comunidades, que pueden resultar relevantes o de interés para el diseño de productos turísticos y el desarrollo sostenible del destino. En el desarrollo turístico de los destinos, ésta es una fase vital ya que es necesario forjar alianzas entre sectores y actores para reducir riesgos y optimizar experiencia turística.
6. **Actividades y recursos claves.** Describe las tareas y acciones más importantes que un destino debe hacer para operar con éxito, en función de su modelo de negocio. Pueden estar relacionadas con: *la seguridad, la limpieza, la oferta complementaria, la restauración, la oferta cultural, señalización, otros*, dependiendo del segmento de mercado que se pretende cubrir y los recursos de que disponga el destino.
7. **Benchmarking. Análisis de otros destinos.** Se trata de un estudio comparado (*benchmarking*) de destinos o productos similares, que presentan una competencia frente al territorio en cuestión. Es determinante para evaluar la posición en la que se encuentra el destino sobre aspectos como: *imagen y reputación, infraestructuras, precio, segmentos de demanda, conservación de recursos u otros factores*. Para ello, se deben fijar indicadores claves, los cuales se comparan cualitativa y cuantitativamente con otras experiencias.

Figura 1. *Proceso de creación de productos turísticos culturales.*



Fuente: *Apud.* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.192



Anexo 6p. Calendario propuesto en turismo cultural *Náhuat-Pipil*

Un calendario básico, donde se programan festejos, fiestas, ferias, eventos culturales propios del turismo cultural de Nahuizalco.
Una herramienta de promoción nacional e internacional, que permitiría una gestión más armónica de los flujos turísticos.

Calendario propuesto de fiestas y celebraciones como parte de la cultura <i>Náhuat-Pipil</i>													
Anuales	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	
Día de <i>Ruta de Las Flores</i>													
Fiestas patronales de Nahuizalco						19-25							
Cofradía de la Virgen del Rosario										31			
Día del Turismo									27				
Día de los Canchules										31			
Día de la Cultura <i>Náhuat-Pipil</i> *													
Conmemoración masacre de Indígenas 1932	22												
Día Internacional de los Pueblos Indígenas								9					
Semana Santa													
Feria Artesanal a nivel nacional													
Día de la Siembra					3								
Día de los farolitos									7				
Día de los Pueblos Vivos*													
Día de la Lengua <i>Náhuat-Pipil</i>		21											
Día del Petate*													
Día del Jícaro (<i>Semillas de Morro</i>)*													
Día de la Medicina Tradicional*													
Día internacional de la mujer indígena									24				
Día internacional del Turismo Naranja*													
Mensuales (última semana de mes)													
Fiestas Artesanales (madera y fibras naturales)	1	2	3	4	5	6	7						
Visitas Ruta <i>Náhuat-Pipil</i> y Ruta Las Flores	8	9	10	11	12	13	14						
Artesanos invitados de nivel nacional	15	16	17	18	19	20	21						
Trajes típicos, Nahuatl-hablantes, danzas	22	23	24	25	26	27	28						
Gastronomía típica de Nahuizalco	26	30	31										
Semanal	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo						
Clases gratuitas de <i>Náhuat-Pipil</i>													
Trajes típicos, bailes, leyendas, mitos.													
Feria Gastronómica y artesanías de madera													
Mercadito Nocturno Gastronómico													
Ventas de Hortalizas y legumbre													

Fuente: Elaboración propia

*Días propuestos que deben conmemorarse como parte de costumbres y tradiciones de Nahuizalco, la elección de fechas debe ser del consenso de la comunidad.



Anexo 7p. Cronograma de actividades para la implementación de la propuesta de consultoría turística cultural *Náhuat-Pipil*.

Descripción de Actividades Propuestas	RESPONSABLES	PERÍODO DE IMPLEMENTACIÓN PROPUESTA DE CONSULTORÍA											
		DURACIÓN (Días Efectivos)	INICIO	FIN	2017		2018						
					NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL
FASE I: Capacitación y Sensibilización en Turismo Cultural	Comité de Desarrollo Turístico (CDT) Comité de Competitividad Municipal Casa de la Cultura Mesa de Artesanos <i>Náhuat-Pipil</i>	32 días	4 Nov.2017	10 Dic.2017									
1.Referencia Introductoria del Turismo Cultural		8 días											
2.La demanda del turismo cultural		(Sábado y Domingo)											
3.Oferta turística cultural y sus determinantes													
FASE II: Contexto introductorio de propuesta turística	Comité de Desarrollo Turístico (CDT)	11 días	11 Ene.2018	25 Ene.2018									
1.Presentación, antecedentes, justificación y alcance		3 días (los jueves)											
2.Marco jurídico y técnico en turismo cultural													
3.Fundamento filosófico y objetivos													
4.Marco teórico de Propuesta													
FASE III: Estudio de Modelo propuesto de Fortalecimiento Turístico Cultural “SENTIKITILIS”	Comité de Desarrollo Turístico (CDT) Comité de Competitividad Municipal	16 días	1 Feb.2018	22 Feb.2018									
1.Colaboración triangular: turismo, cultura Náhuat-Pipil y comunidad		4 días (los jueves)											
2.Propuesta turística cultural bajo el modelo de los tres círculos													
3.Consideraciones críticas para el éxito del modelo													
FASE IV: Estrategias de Fortalecimiento Turístico Cultural	Comité de Desarrollo Turístico (CDT) Comité de Competitividad Municipal Casa de la Cultura Mesa de Artesanos <i>Náhuat-Pipil</i>	76 días	8 Marzo	28 Junio									
1.Marco introductorio		1 día (jueves)	8 Marzo 2018	8 Marzo 2018									
2. POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN TURISMO-CULTURA		7 días (los jueves)	15 Marzo2018	26 Abril 2018									
2.1.Principios turísticos y código ético cultural													
2.2.Preceptos jurídicos nacionales de turismo y cultura													
2.3.Nahuizalco y su dificultad relacional entre el turismo y la cultura													
2.4.Organización de la actividad turística cultural de Nahuizalco		3 días (los jueves)	17 Mayo 2018	31 Mayo 2018									
3. POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN TURISMO-COMUNIDAD													
3.1.Estudio de su perfil de la demanda real y potencial													
3.2.Modelo de competitividad turística cultural de Nahuizalco													
4. POLÍTICAS ESTRATÉGICAS RELACIÓN CULTURA-COMUNIDAD		4 días (los jueves)	7 Junio 2018	28 Junio 2018									
4.1.Identificación de las determinantes de la Oferta Turística Cultural													
4.2.Nahuizalco un destino turístico de base cultural Náhuat-Pipil													
4.3.Los recursos y producto turísticos-culturales													
4.4.Mercado y patrimonio turístico cultural de Nahuizalco													
4.5.Los actores del turismo cultural de Nahuizalco	2 días (los jueves)	5 Julio 2018	12 Julio 2018										
5. SOSTENIBILIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS TURISMO CULTURAL													
5.1.Sostenibilidad del turismo cultural de Nahuizalco y los ODS													
5.2.Componentes turismo cultural sostenible y buenas prácticas													
FASE V: Estrategias de fortalecimiento turístico cultural y Reflexiones y factores claves para el éxito												19 Julio 2018	26 Julio 2018

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En virtud del contenido referido en este estudio, se exponen un compendio de conclusiones en la que se presentan de forma breve, los argumentos, estudios de campo, consecuencias del análisis de resultados, y las interrogantes e hipótesis planteadas de esta consultoría:

1. Nahuizalco orienta su principal actividad a la industria turística, primordialmente al *turismo cultural*, representando el motor dinamizador de su economía y desarrollo social, en la que apuesta por recuperar y mantener su cultura, así como su valor patrimonial. En consecuencia, todo esto justifica la necesidad de estudiar: las diferentes dimensiones del turismo cultural, sus protagonistas, las principales estrategias en el reconocimiento del valor de sus recursos, la estructura y organización de su mercado y las políticas turísticas culturales.
2. El municipio de Nahuizalco es uno de los más reconocidos y antiguos núcleos indígenas originarios de El Salvador, en donde aún existen vestigios de la cultura *Pipil* y de su lengua, el *Náhuat*. Sin embargo, se aprecia una creciente pérdida generacional de esta lengua como de algunos valores, costumbres, y tradiciones ancestrales; donde sus mismos habitantes, por razones históricas ocultan sus orígenes. Este abandono progresivo de su identidad cultural *Náhuat-Pipil*, genera un riesgo para su industria turística cultural.
3. A pesar que el turismo cultural es para Nahuizalco una alternativa de desarrollo económico, social y cultural; para sus autoridades turísticas, es una de sus principales dificultades, debido a que aún perciben *el turismo y la cultura* como dos aspectos separados; una problema natural para un destino, donde la cultura *Náhuat-Pipil* se emplea cada vez más como un elemento básico de los productos turísticos, y donde el turismo, es una actividad con ventajas comparativas y competitivas culturales para atraer turistas, frente a otros destinos.
4. La emprendedora práctica turística de Nahuizalco, así como sus relaciones, sinergias y divergencias; se visualizan como una idea de *Sistema Turístico Cultural (STC)*, la que no es tan dinámica y creciente como en otros municipios participantes de la *Ruta de Las Flores* o de la más reciente *Ruta Náhuat-Pipil*. Por este comportamiento es considerado por turistas y por la misma autoridad local, como un municipio “*Turísticamente adormecido*”. Ya que a pesar de contar con una ventaja competitiva cultural, no es aprovechada por sus habitantes.
5. La consultoría en su intervención, es consciente de la existencia de la cultura *Náhuat-Pipil*, y de la influencia que ejerce sobre el funcionamiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, la que resulta difícil de identificar y captar de forma comprensiva por parte de los visitantes y hasta por sus mismos habitantes, su aprendizaje no es estructural. Por ello, para tener una base de entendimiento y comprensión, fue necesario bajo un ambiente de confianza adquirir conocimientos por medio de lecturas y conversaciones con los lugareños.

6. Elaborar los Términos de Referencia (*TDRs*), ha sido fundamental en la intervención de esta consultoría, un instrumento técnico perfilado por las autoridades turísticas de Nahuizalco, en la que se identificaron y establecieron con claridad el problema que apremia y de las expectativas de solución, con el propósito de mejorar y fortalecer el Sistema Turístico Cultural, multiplicar las fuentes de oportunidades y de futuras mejoras, entre otros beneficios.
7. Para propósitos de esta consultoría, la investigación se centra en el *Turismo Cultural Etnográfico Náhuat-Pipil*, que se traduce en la comprensión de un patrimonio histórico como herencia cultural viva de origen indígena, que incluye el patrimonio inmaterial (*costumbres y tradiciones*) propias de Nahuizalco. Por ello, es ineludible el estudio de la Etnografía de El Salvador (*Cultura Popular Salvadoreña*), la que es heterogénea y compleja en sus diversas expresiones y manifestaciones culturales que le sustentan.
8. La práctica turística de Nahuizalco, es coordinada y gestionada por el Comité de Competitividad Municipal; mediante una de sus seis líneas estratégicas (LE:2): denominada “*Fortalecimiento de la Actividad Turística*”, perfil en el que descansan a nivel estratégico las directrices, planes y acciones del Sistema Turístico. Su política turística es general, donde no existen políticas específicas, requeridas por el turismo cultural *Náhuat-Pipil*.
9. La práctica turística de Nahuizalco es afectada por factores externos con pocas posibilidades de influir en ellos. Para el análisis de su entorno se utiliza el modelo PESTT (factores *Políticos Turísticos, Económicos, Socio-Culturales, Tecnológicos, y Tendencias futuras del turismo*). Una herramienta que detecta y lista los factores externos principales; comprendiendo los efectos positivos (*Oportunidades*) y negativos (*Amenazas*) que se presentan en los mercados turísticos y poder responder a las futuras demandas.
10. Un buen diagnóstico de consultoría es pertinente para la propuesta, con un alcance que supera la recopilación y análisis de datos. Finaliza con la emisión de un informe a nivel de síntesis, que contiene entre otros fundamentos, un examen de las siguientes conclusiones principales:
 - Inexistencia de una política que organice, proteja y conserve *la relación cultura y turismo*, y que permita oportunidades para sus habitantes, donde el turismo cultural se considere un medio de apoyo para la conservación del patrimonio y aumentar ingresos locales.
 - Se dispone de una segmentación de la demanda turística cultural, sin embargo se tiene un conocimiento incompleto e insuficiente del *perfil del turista cultural de Nahuizalco (real y potencial)*, quien condiciona claramente el tipo de oferta a comercializar, el volumen de negocio y un determinando tipo de mercado concreto. Por lo que, este perfil se convierte en uno de los grandes retos de las autoridades turísticas del municipio.
 - En tema de competitividad turística, no se cuenta con una visión del *poder competitivo* cultural que revele *ventajas comparativas y competitivas*, en función de la descripción de sus distintos componentes o factores y explicadas a través de un modelo, que orienten estrategias para competir con éxito en el turismo cultural, a nivel regional y nacional.

- Desconocimiento sobre *los actores claves* que intervienen en el desarrollo turístico de Nahuizalco y de sus interrelaciones; elemento básico para la gestión activa como destino turístico y de importancia trascendental en las estrategias y las acciones que deben emprenderse, para adaptarse a las cambiantes condiciones del entorno en materia turística.
- La marca municipio “*Nahuizalco, tradiciones y cultura que te encantarán*”, es un intangible reciente, sin embargo se requiere fortalecer su gestión, para que se convierta en un instrumento estratégico diferenciador y competitivo, que desarrolle la economía local, impulsando el turismo con sus productos locales, gastronomía, arte y demás recursos que le dan distinción, a su cultura y sus tradiciones.
- El turismo es un fenómeno que se construye sobre las *determinantes de una oferta*, de la que forma parte *la cultura*, entre otros bienes (*Destino, Recursos, Productos, Mercado, Actores y el uso de su patrimonio tangible e intangible*). Las autoridades turísticas de Nahuizalco, no cuentan con estrategias que identifiquen estas determinantes de una oferta de turismo cultural, variable que condiciona las características de la oferta de este destino.

Análisis de resultados de Diagnóstico

- El análisis mediante la Matriz de Evaluación de Factores Internos (*MEFI*), que evalúa la posición turística interna (*fortalezas y debilidades*) de Nahuizalco, interpreta un resultado que refleja una *debilidad interna*, que se contrarresta fortaleciéndola (*cuentan con Fortalezas a utilizar y revisión de las debilidades para reducirlas*).
- Para el análisis externo, se utiliza la Matriz de Evaluación de Factores Externos (*MEFE*), que evalúa el entorno del *Sistema Turístico de Nahuizalco (oportunidades y amenazas)*, concluyendo, que *cuentan con oportunidades que deben ser aprovechadas* y una revisión minuciosa para evadir amenazas.
- El resultado de la *Matriz de Perfil Competitivo Turístico (MPCT)* de Nahuizalco, muestra un *bajo perfil competitivo turístico*, comparado con la *Ruta de Las Flores* como circuito turístico; se concluye que es necesario fortalecer mediante estrategias turísticas, aquellos factores que se encuentran competitivamente débiles.
- La matriz FODA resume transversalmente las Fortalezas y Debilidades (*Análisis interno*) como las Oportunidades y Amenazas (*Análisis Externo*), un instrumento de importancia para los gestores del turismo de Nahuizalco, que le permite desarrollar cuatro tipos de *estrategias que fortalezcan la práctica turística* de este municipio.
- El análisis de la Posición Estratégica y Evaluación de Acción o Propuesta Turística de Nahuizalco (*PEEAT*), permite al Comité de Desarrollo Turístico; conocer la tendencia, donde se deben orientar las estrategias. Esta herramienta concluye que el rector direccional apunta hacia una *tendencia agresiva*, lo que implica que el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, se encuentra en una *excelente posición turística*.

11. El análisis de brechas es una herramienta de utilidad necesaria para esta consultoría, un modelo que permite comparar la condición de los resultados de diagnóstico de la actividad turística de Nahuizalco y su práctica potencial, un análisis más orgánico que el FODA, orientando la propuesta aun nivel estratégico con profundidad en algunos aspectos operativos de su sistema turístico, atendiendo los objetivos propuestos por esta consultoría.
12. El turismo cultural de Nahuizalco se percibe desde perspectivas muy diferentes, los agentes turísticos no tienen los mismos puntos de vista y es distinta la posición de los actores públicos y privados. Sin embargo, se observa como un todo por el turista, por lo que resulta necesario organizar la labor de coordinación y gestión de las interdependencias entre *turismo* y *cultura*. Este objetivo se logra mediante una política turística, consistente en un conjunto de acciones que impulsan a las autoridades en el ámbito de su competencia con la intención de mejorar el turismo, enfrentando los retos de los destinos, los actores y los productos.
13. El turismo cultural sostenible representa una oportunidad de utilizar la cultura *Náhuat-Pipil*, para vincular la práctica turística de Nahuizalco, con el fin de promover formas más sostenibles de consumo y producción de servicios turísticos. La que no gira solamente en la conservación de recursos culturales, sino en la calidad de vida de turistas y comunidad.
14. Nahuizalco, de lunes a viernes no siempre es un destino turístico pujante; sin embargo en fin de semana es ante los ojos de sus visitantes: una experiencia única, mueblerías y artesanías de mimbre, encanto del paladar con sabores gastronómicos ancestrales o culturizar por su historia. El turismo con su encanto cultural, es la principal apuesta para este municipio, pero también con un desafío; que los beneficios económicos del turismo alcancen las satisfacciones sociales en sus comunidades, quienes en su mayoría viven en pobreza. En general la práctica del turismo ha impactado en lo económico, social y ambiental; sin embargo el desarrollo local es una materia pendiente, en la que se podría perder la oportunidad de realizar un turismo sostenible con trasformaciones para sus habitantes.
15. La práctica turística cultural de Nahuizalco, fluye a pesar la escalada de violencia que azota constantemente la zona rural del municipio, generando dificultades como: bajo crecimiento económico, escasa generación de empleos, aumento de pobreza y lento desarrollo social. Este ambiente de inseguridad, frena el turismo a nivel nacional; donde no terminan de incorporarse tratamientos y soluciones verdaderamente eficaces y proyectivas.
16. *La cultura* además de ser uno de los referentes básicos del turismo moderno, resulta ser uno de los principales motivos del desplazamiento, y un atractivo emergente de importancia en la competitividad de los destinos como *sol y playa* entre otros; un suceso que descansa en los cambios, actitudes y comportamientos de una parte significativa de la demanda, cuyos requerimientos son distintos a lógica turística tradicional. La ausencia de un modelo diferenciado que posibilite la realización de una serie de prácticas *turístico-culturales*, repercute en la imagen y competitividad de un destino; susceptible de no ofrecer posibilidades u opciones a un turista cada vez más activo.

5.2 Recomendaciones

Estos aportes y proyecciones acumulan el espíritu de la propuesta de esta consultoría, y están dirigidas a proporcionar sugerencias de vital implementación; respecto de acciones y formas de mejoras en la práctica turística de Nahuizalco y de la industria turística a nivel nacional:

Recomendaciones al Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco:

1. Potencializar el turismo cultural de Nahuizalco como proyecto sostenible, una actividad dinámica que se manifiesta con claras vías de crecimiento; que debe ser inclusivo, en donde artesanos, agricultores, empresarios, actores y habitantes, que contribuyen a su práctica turística; se beneficien con empleos y generación de ingresos. La interacción de la comunidad Pipil con la actividad económica que genera el turismo cultural es imprescindible, para avanzar en la ruta del desarrollo municipal.
2. Nahuizalco debe participar intensamente en la práctica turística de la *Ruta de Las Flores y Ruta Náhuat-Pipil*, bajo un turismo solidario de intercambio cultural. Una sinergia turística de cooperación entre sus miembros de origen Pipil, donde se logre desarrollar una estructura de turismo regional competitivo, de gran importancia económica y cultural para sus pueblos y municipios participantes; con miras de alentar el aseguramiento de un desarrollo sostenible.
3. Hay que desarrollar la marca municipio de Nahuizalco, mediante estrategias comerciales y promocionales en turismo cultural de forma distintiva y diferenciadora, que logren posicionar: el valor intangible de la cultura *Náhuat-Pipil*, la notoriedad como destino artesanal, la reputación de sus productos y servicios turísticos, entre otros. Una estrategia de marca, es clave para destacar las fortalezas como destino, convirtiéndose en una sombrilla que promueva los valores culturales; y que garantice posicionamiento en el mercado turístico.
4. Es importante encausar el espíritu luchador de Nahuizalco y levantar su imagen turística, sobre todo con los visitantes internacionales, donde la convivencia cotidiana de inseguridad que aqueja a este municipio perturba y erosionan el flujo turístico en la región rural. Sin embargo, es alentador que como un pueblo que ha vencido los desafíos marcado por la historia, pueda desarrollarse y reducir su índice de pobreza, mediante su práctica turística.
5. Es conveniente que se promuevan y desarrollen los talleres artesanales de subsistencia familiar, en microempresas florecientes; que permitan oportunidades de capacitación, especialización creativa y acceso laboral, para un segmento de jóvenes con actitudes de superación en el oficio de las artesanías, que logren mantener la tradición de un municipio con identidad artesanal. A la vez impulsar periódicamente ferias artesanales donde se puedan exhibir talleres vivos de confección y su comercialización. Estos proyectos requieren del compromiso de empresarios, Alcaldía Municipal, Cámara Salvadoreña de Artesanos y los ministerios de Turismo, Economía y Trabajo, y sumada la Secretaría de la Cultura.

6. Es indispensable comprender en mayor profundidad la relación entre *turismo, cultura Náhuat-Pipil y comunidad*, para el desarrollo del turismo cultural en Nahuizalco, a partir de esta investigación y otros estudios que aborden los vínculos entre sí. Para ello, los actores turísticos realizarán esfuerzos reales y visibles para mantener en el plano competitivo la propuesta de colaboración entre las diferentes partes interesadas que se desarrollen de las sinergias entre turismo y cultura, turistas y comunidades, y la cultura local y regional; práctica que ofrece un acercamiento al desarrollo del turismo cultural. En este sentido, y dependiendo de las diversas manifestaciones culturales, se recomienda:
- Explorar la *cultura Náhuat-Pipil* con un valor de identidad, clave para el desarrollo de cualquier producto o servicio turístico vinculado con la cultura de Nahuizalco. Así, la promoción turística cultural con base patrimonial y rutas culturales, puede beneficiar a los pequeños y medianos emprendimientos turísticos de artesanos.
 - Que se coordinen y articulen planes de gestión turística, y su seguimiento para la implementación de programas de turismo cultural; en donde concurra la participación de diferentes áreas intersectoriales, más allá de la vinculada con turismo. Para su diseño, es fundamental la colaboración del sector privado y la participación activa de las comunidades con el fin de garantizar que los beneficios, en buena medida retornen a ellas.
 - Trabajar con las comunidades en consenso acerca de la posibilidad de interactuar con turistas, para ello, se deben fortalecer la relación y cooperación público-privada con las comunidades de Nahuizalco, para la estructuración de productos turísticos, su promoción y comercialización; basada en la diversidad cultural, la innovación y la creación de nuevos productos como rutas culturales.
 - Desarrollar programas orientados a que las comunidades de Nahuizalco conserven lo autóctono de su cultura, en este camino se debe prestar atención a la manera gradual en que la comunidad se adapta a la actividad turística, comprendiendo su rol como sujeto, y no objeto de turismo, ni de la mercantilización inadecuada de sus valores culturales.
 - Realizar procesos de rescate y conservación de prácticas culturales, que se encuentren en riesgo de distorsión y/o desaparición (*lengua Náhuat-Pipil, artesanías de madera y mimbre, danzas, música, prácticas agrícolas, entre otros*).
7. En tema turístico cultural, se deben atender las argumentaciones de los expertos, planteamientos de técnicos, los matices de políticos y, sobre todo, escuchar con máxima atención las peticiones y demandas de la comunidad, que es la destinataria final de todos los esfuerzos que se emprendan de la práctica turística. Lo anterior debe derivar de un compromiso de municipio, con miras al beneficio de todos sus habitantes. La propuesta de esta consultoría debe asumirse con responsabilidad y actitud, para formar una buena plataforma de política turística cultural a seguir.

8. Considerar y aprovechar los criterios básicos del *Turismo Naranja*, como una pieza estratégica para el desarrollo productivo y competitivo del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco. De interés en las actividades turísticas, en donde la creatividad se transforme en bienes y servicios culturales que contemplen tres dimensiones: *lo tradicional de la cultura Náhuat-Pipil, lo artístico artesanal y la creatividad turística cultural*. Un mecanismo que promueve y desarrolla la producción de recursos culturales y la comercialización como productos en el mercado turístico del municipio.
9. Impulsar mediante buenas prácticas la sostenibilidad del Turismo Cultural *Náhuat-Pipil*, atendiendo a esta actividad turística, como un sector que desarrolla la vida de sus habitantes y a la vez es un promotor contribuyente de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); con la intención de crear conciencia en conservar y mantener vivas las costumbres y tradiciones ancestrales de Nahuizalco, práctica que debe realizarse por el Comité de Desarrollo Turístico (CDT), cooperando en conjunto con la Casa de La Cultura del municipio, en representación del Ministerio de Cultura, la Alcaldía Municipal, delegados de MITUR y CORSATUR, entre otras autoridades gubernamentales y asociaciones pertinentes.
10. Es necesario que Nahuizalco en su lógico accionar como destino turístico, esté preparado en todo momento para encarar los desafíos que se le presente de su práctica turística y aprovechar las oportunidades que se le ofrezcan. El turismo tradicional está relegado a una marginalidad por sus propias limitaciones, que han sido superadas por el dinamismo e innovación del turismo moderno; el que apertura una serie de posibilidades sin precedentes; donde el principal esfuerzo estará siempre al interior del Sistema Turístico del municipio. Hay que administrar de forma efectiva los tiempos difíciles de complejidad y competitividad turística, para fortalecer y estimular tiempos mejores.
11. Es preciso que las autoridades turísticas de Nahuizalco, analicen y procuren seguimiento del contenido de la propuesta de esta consultoría (*motivaciones y comportamientos del perfil del turista cultural, determinantes de su oferta, que permitan identificar nuevos productos culturales y desarrollar segmentos de turismo*), y continuamente actualizar estas variables, para que enfrenten competitivamente la complejidad turística de los tiempos modernos, para no correr el riesgo de caer en la obsolescencia práctica. Esta es una tarea por asumir.
12. El turismo cultural de Nahuizalco es un fenómeno que se construye sobre las determinantes de una oferta, constituida por el conjunto de recursos y servicios capaces de motivar a sus visitantes. Estas determinantes descansan en su núcleo urbano, elementos de distintiva importancia para garantizar competitividad turística; y no un componente complementario de su oferta, por lo que se expone por cada determinante las siguientes recomendaciones:

Demanda turística cultural: El turismo cultural en Nahuizalco es una tipología emergente, con amplio margen de desarrollo, su evolución dependerá de dos aspectos claves:

- *El contexto general de cambio en el que se desarrolla la actividad turística;*
- *La rapidez de los cuadros motivacionales y el comportamiento de los turistas.*

Sobre estas premisas vinculantes con la demanda turística de Nahuizalco, se recomienda:

- Visión por parte de los gestores *turísticos-culturales* en advertir la capacidad de Nahuizalco como destino turístico, ya que no basta con la *cultura Náhuat-Pipil* para abastecer su mercado; sino también implementar estrategias que aseguren su fortalecimiento.
- Se requiere de una gestión holística con un carácter más regional, en la que se adopte políticas que faciliten el intercambio cultural de los destinos participantes.
- Generar propuestas que provean y generen la interacción en un entorno favorecedor de la creatividad del turista, involucrándolo en el proceso productivo del propio destino.

Competitividad: Nahuizalco evidencia su competitividad en el logro por alcanzar los objetivos *turísticos culturales* de *forma sostenible* superior al promedio, para ello centra la atención en *las preferencias de sus visitantes y el conocimiento preciso de sus motivaciones*. Para aumentar su presión competitiva se recomienda:

- Segmentar su mercado turístico como ventaja competitiva, identificando y comprendiendo las necesidades y deseos de los turistas; como de sus respuestas ante determinadas ofertas.
- Consolidar una fuerte relación entre *turismo-cultura*, ayuda a los destinos a ser más atractivos y competitivos, contribuyendo a su diferenciación.
- Competir con una *ventaja colaborativa*, cuya finalidad responde a la idea de que el trabajo conjunto permite conseguir objetivos que no se lograrían de manera individual y mejorar el rendimiento de los diferentes actores que colaboran.

Destino de base cultural Náhuat-Pipil: La *cultura* como un producto turístico se encuentra en la base de las motivaciones de los turistas de Nahuizalco, sin embargo las tendencias apuntan a un enfoque de *prácticas culturales (enfoque de proceso)*, por lo que se recomienda:

- Realizar una *ampliación del atractivo turístico* mediante la incorporación del componente cultural en sus diferentes *manifestaciones culturales*, dentro de los límites de este tipo de estrategias de *planificación y gestión*.

Recursos: Estos amplían la dimensión patrimonial y favorecen *el uso turístico*, por lo que no se definen por su existencia sino por satisfacer necesidades. En este sentido se recomienda:

- Replantear los procesos de conversión de *recursos culturales* en *recursos turístico-culturales*, para ello es necesario seguir identificando y ponderando factores que hacen que los turistas fijen su atención en determinadas manifestaciones culturales.
- Continuidad en el equipamiento del museo *Náhuat-Pipil*, ya que reviste especial importancia para el futuro del turismo cultural de Nahuizalco, favoreciendo: la integralidad de la cultura, reforzando el patrimonio y permitiendo a su pueblo reanudar lazos con sus propias raíces.

Producto: El patrimonio cultural de Nahuizalco, es un recurso susceptible de convertirse en producto que implica venta y disfrute les por parte de sus visitantes. Por lo que se recomienda:

- Promocionar a Nahuizalco como un *Pueblo Vivo* que se apoya en un *producto turístico comercializable*, sin embargo; su promoción tiene que ser selectiva, orientada al tipo de turista cultural y mercado, prevaleciendo los contenidos informativos a los de imagen.
- Es necesario incorporar todos los recursos (*posibles productos*) que hay a disposición, más allá del mero patrimonio. La gestión del turismo cultural no debe basarse sólo en lo ya existente, sino tener dinamismo propio y renovarse constantemente.

Mercado: Las exigencias de turistas informados y con mayores expectativas, sumado a un conjunto de cambios en la industria turística, dará lugar a reformas radicales y sustanciales en la gestión del turismo que afectará la estructura de sus mercados, por lo que se recomienda:

- Encaminar mayores logros en los niveles de eficiencia, eficacia, productividad, ética, rentabilidad y sostenibilidad; para ello se deben abandonar prácticas turísticas tradicionales, participando en nuevos enfoques fundamentados en descentralización y flexibilidad.
- Capacidad de adaptación estratégica, flexibilidad operativa y personalización de servicios turísticos, ante una industria turística que galopa en un contexto competitivo y turbulento.

Patrimonio cultural, como uso turístico: Se reconoce el uso turístico en las diversas iniciativas actuales, pero deben orientarse a manifestaciones culturales en todas las expresiones con suficiente atractivo y no ser solo parte de la oferta; por lo que se recomienda:

- Incorporar criterios de *sostenibilidad* en el modelo de gestión *turístico-cultural* de Nahuizalco, que garanticen conservación más allá de su aprovechamiento inmediato.
- Actualizar la *política turística cultural propuesta*, considerando los métodos y técnicas de adecuación turística de sus manifestaciones culturales.

Actores: En el ámbito del turismo cultural, *la simbiosis de intereses entre gestores turísticos y gestores culturales genera una amplia controversia*, es en la gestión de estas relaciones en la que se dirime buena parte del éxito futuro del destino, para ello se recomienda:

- Reconocer la sustancial diferencia existente entre *producto cultural* y *producto turístico cultural*, y de los importantes vacíos que esta genera al asumir la gestión turística cultural.
- Asumir la importancia de *lo cultural* como principal motivación atractiva de los visitantes, donde el turismo tiene sus propias dinámicas, por lo que un *producto turístico* no se puede gestionar igual que un *producto cultural*.

13. Gestionar ante el Museo Nacional de Antropología “Dr. David J. Guzmán” (MUNA) y Secretaría de Cultura, que Nahuizalco como destino turístico cultural forme parte de la plataforma virtual *E-Turismo Cultura*; junto a otros sitios culturales e históricos más emblemáticos de El Salvador. Esta herramienta electrónica evidencia que el turismo y la cultura recorren el mismo camino; donde los usuarios pueden visitar virtualmente estos destinos con interés turístico cultural. Visitar el link.: <http://eturismo.itca.edu.sv/index.php>

Recomendaciones a la industria turística a nivel nacional:

14. MITUR y CORSATUR, deben facilitar y promover el turismo cultural dentro del *Plan Nacional de Turismo*, como un documento estratégico, que apoye el desarrollo turístico de los sitios con un rico patrimonio cultural: Nahuizalco como otros municipios culturalmente históricos, son merecedores de que se valoren sus recursos culturales, como un instrumento de primer orden para planificar un modelo propio de turismo cultural a nivel nacional, que encause dentro de las estrategias, objetivos y directrices de la visión turística del país.
15. Si un municipio como destino turístico opta por fortalecer el turismo cultural sostenible, es vital crear una *Política Turística*, como herramienta estratégica que contenga: objetivos, acciones, indicadores y buenas prácticas, para promover desarrollo de la actividad turística. La que debe estar de la mano con creación de *Comités y Asociaciones* que compartan directrices orientadas a propiciar que su progreso se realice desde las bases comunitarias, considerando destino, recursos, productos, así como la esencia de las expresiones culturales.
16. Las autoridades turísticas a nivel nacional, deben articular el *Turismo Interno*, que emerge en el país y que es experimentado ampliamente por los turistas nacionales e internacionales; esta práctica turística descansa en las categorías de oferta: *Histórico Cultural, Artesanal y Comunidades Originarias*, representando un importante polo estratégico, por lo que deben apostarle con programas maestros de desarrollo turístico; con la misma prioridad y oportunidad como actualmente lo ejecutan en la zona costera a través de la oferta *Sol y Playa*.
17. Es necesario articular ante la demanda laboral de capital humano formado en turismo cultural, la necesidad de impulsar un bachillerato en turismo con especialización en lo cultural o un Instituto que forme su especialización, cuyo objetivo fundamental sea conocer y emplear la cultura de pueblos y municipios, en la aplicación de buenas prácticas en la presentación de productos y servicios turísticos, profundizando la relación turística entre sus visitantes y las comunidades locales. Un bachillerato de este tipo podría ser compatible para extender las competencias y atender la demanda laboral de zonas turísticas culturales.
18. Fortalecer la formación técnica en turismo cultural (*dual, tecnificación especializada, educación técnica y profesional*), como un instrumento en la que puedan aprender nuevas habilidades y ser competitivos. Una opción puede ser la metodología *INJUVE* que promueve *USAID Puentes para el empleo*. Un programa de subvenciones que convoca y asigna recursos a organizaciones y proveedores de servicios, orientados al desarrollo de fuerza laboral juvenil y aumentar posibilidades de ingresar al mercado laboral relacionado en la industria turística.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

1. Libros y textos

- Acerenza, M.A. (2009). *Fundamentos de Marketing Turístico*. Editorial. Trillas. D.F. México.
- Castillo, Maribel. E. (2011). *Anteproyectos de investigación turística: Metodología para su elaboración*. D.F, México: Editorial Trillas Turismo.
- Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011). *Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas*. 3ª Edición. México D.F. México: Editorial Limusa Wiley.
- González Sergio. E. (2002). *Turismo, beneficio para todos*. Siglo veintiuno editores, S.A. de C.V. Universidad de Quintana Roo. México, D.F.
- Haulot, Arthur. (2009) *Turismo Social*. Editorial Trillas Turismo. D. F. México
- Kubr Milan. *La Consultoría de Empresas: Guía para la profesión*. Organización Internacional del Trabajo. 3a. ed. Editorial Limusa S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores. D.F. México.
- Lemus, Jorge E. (2015). *El pueblo Pipil y su lengua: de vuelta a la vida*. 1ª Edición. Editorial Universidad Don Bosco. San Salvador. El Salvador.
- Ministerio de Cultura y Comunicaciones. Departamento de Etnografía (1985). *Etnografía de El Salvador*. Primera edición. Dirección de Publicaciones del Ministerio de Cultura y Comunicaciones. San Salvador. El Salvador.
- Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A.
- Rojas Soriano, R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*. 38ª Edición. México D.F. México: Editorial Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Sampieri, R. H., Collado, C.F. y Baptista, María del Pilar. (2010). *Metodología de la investigación*. 5ª Edición. México D.F. México: Editorial McGRAW-HILL.

2. Leyes y ordenanzas

- Día de la Zona de la Ruta de Las Flores de El Salvador*. Decreto Legislativo N° 800, Diario Oficial. N° 180, Tomo 404, San Salvador, El Salvador, 3 septiembre 2014.
- Ley de Cultura*. Decreto Legislativo N° 442, Diario Oficial. N° 159, Tomo 412, San Salvador, El Salvador, 30 agosto 2016.
- Ley de Turismo*. Decreto Legislativo N° 899, Diario Oficial. N° 237, Tomo 369, San Salvador, El Salvador, 20 diciembre 2005.
- Marca Municipio de Nahuizalco*. Diario Oficial No.223 Tomo No. 409 (3 de diciembre de 2015)
- Ordenanza Municipal, sobre derechos de las Comunidades Indígenas asentadas en el municipio de Nahuizalco*, Sonsonate. Decreto número uno. El Concejo Municipal de Nahuizalco, Departamento de Sonsonate: Escrito textual, tomado de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco. Dado en Nahuizalco a los 24 días del mes de Octubre de 2010.

3. Memorias e Informes Técnicos

“Programa de Apoyo al Desarrollo Productivo para la Inserción Internacional” financiado por Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

32ª Reunión de la Conferencia General UNESCO (París, 2003: vigencia 2006). Convención y proclamación para la Salvaguarda de obras muestras del Patrimonio Cultural Inmaterial.

Buitrago P.F. & Duque Márquez I. (2013). *La Economía Naranja: una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Washington.D.C. USA.

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE). Primera Edición, El Salvador (2015). “Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local “Un Pueblo, Un Producto El Salvador”.

Comité de Competitividad Municipal de Nahuizalco. *Informe gestión (Octubre 2012-Enero 2015)*

Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, por sus siglas en inglés ICOMOS (*International Council on Monuments and Sites*). *La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio*, 12a Asamblea General. (México 1999).

Ministerio de Turismo (2015), República de El Salvador. *Informe de Rendición de Cuentas Junio 2014-Mayo 2015*.

Museo de la Palabra y la Imagen (MUPI). “JUEGO DE LOS IZALCOS” *El Manual*. Museo de la Palabra y la Imagen (MUPI). Menoría Izalcos. TRASMALLO Número 2, 2006.

Normas de Selección y Contratación de Consultores, con préstamos del BIRF, créditos de la AIF y donaciones por prestatarios del Banco Mundial, Enero 2011.

OCDE (2009), *The Impact of Culture on Tourism*, OECD, Paris, Spanish translation the Tourism Ministry of México.

Organización Mundial del Turismo (2016), Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad.

Ortiz. J.F. Mezquita (2006) *El arte del Diagnóstico*. Medicina Interna de México Volumen 22, Núm. 3, mayo-junio, 2006.

Plan Quinquenal de Desarrollo (PQD 2014-2019:2015): La dimensión de turismo en El Salvador se construye sobre una política de estado fundamentado en el *Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019* (2015) denominado “El Salvador: productivo, educado y seguro.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2009). *Almanaque 262 Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009*.

Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal (USAID). (2012). *Plan de Competitividad Municipal del Municipio de Nahuizalco-Sonsonate 2012-2016*.

Términos de Referencia y Criterios de Evaluación, están preparados conforme al marco de proyecto CLAD-Banco Mundial “Fortalecimiento de los Sistemas de Monitoreo y Evaluación en América Latina”. Enero 2009.

4. Fuentes y notas periodísticas

- El Diario de Hoy, *Diplomático EE.UU. Fue asaltado en Ruta Las Flores*, miércoles 1 junio 2016, p.19.
- El Diario de Hoy. *Comunidades. Nahuizalco tiene su propia marca*. Lunes, 11 de julio 2016
- El Diario de Hoy. *En Atiquizaya no remodelan parque por discrepancias con SECULTURA*. Viernes, 18 de noviembre de 2016, p.96.
- El Diario de Hoy. *Marca País: “El Salvador, grande como su gente”*. Miércoles, 29 marzo 2017
- El Diario de Hoy. *Nahuizalco, Comunidades indígenas abandonan tierras cultivables*. Miércoles, 21 de diciembre de 2016.
- El Diario de Hoy. *Negocios. Pueblos Vivos TU DESTINO 2017*. Domingo, 9 de abril de 2017
- El Diario de Hoy. *Ruta de Las Flores seduce a Sonsonate y Atiquizaya*, lunes 13 junio de 2016, p.42-43.
- El Diario de Hoy. *Ruta de Las Flores: Clima fresco y buena comida*. Martes, 2 agosto de 2016, p.48-49.
- El Diario de Hoy. *Turismo. 5 Destinos Artesanales*. Viernes, 2 Junio 2017
- El Diario de Hoy: *Occidente renueva su oferta turística*, Viernes 18 de agosto de 2017, pág. 85–87.
- El Diario de Hoy: *Pueblos indígenas celebran su Día Internacional*, Jueves 10 agosto de 2017, pág. 38.
- El Diario de Hoy: *Turismo, 5 destinos artesanales*, Viernes 2 de junio de 2017, pág. 84 y 85.
- El Diario Hoy. *Los pueblos indígenas piden no ser olvidados*. Miércoles, 10 de agosto de 2016
- El Diario de Hoy. *Gobierno oficializa Ministerio de Cultura*. Viernes 20 de Abril de 2018, p. 84.
- La Prensa Gráfica. *Apuestan por estimular el turismo interno*. Viernes, 17 de marzo de 2017, p.58.
- La Prensa Gráfica. *El Economista. Marca país: la ventana al mundo*. Lunes, 20 de marzo 2017
- La Prensa Gráfica. *Lanzan marca que representará a El Salvador*. Miércoles, 29 de marzo 2017
- La Prensa Gráfica. *Un clamor por la identidad indígena*. Miércoles, 10 de agosto de 2016.
- La Prensa Gráfica: *“El Salvador: Grande como su gente”*, Martes 1º de agosto de 2017, pág. 50.
- La Prensa Gráfica: *Economía naranja, pieza estratégica del desarrollo productivo*, Martes 28 de noviembre de 2017, pág. 25.
- La Prensa Gráfica: *Economía, Prevén aumento de turistas en agosto*, Martes 25 julio de 2017, pág. 29.
- La Prensa Gráfica: *El Salvador busca renovar gestión del turismo*, Miércoles 4 octubre de 2017, p. 24.
- La Prensa Gráfica: *El turismo en El Salvador, grande como su gente*, Martes 17 octubre de 2017, p.26.
- La Prensa Gráfica: *La economía y la inseguridad frenan turismo interno*, Martes 1 agosto de 2017, p. 38.
- La Prensa Gráfica: *Prevén aumento del 10 % en turismo interno*, Martes 18 de julio de 2017, pág. 31.
- La Prensa Gráfica: *Proponen crear un ente rector del turismo nacional*, Martes 19 dic.2017, pág. 20.

5. Páginas World Wide Web (WWW) consultadas

https://www.google.com.sv/webhp?gws_rd=ssl#q=plan+de+competitividad+usaid+de+nahuizalco

<http://americas.unwto.org/es/event/seminario-internacional-sobre-turismo-y-cultura>

<http://cartamundialdeturismosostenible2015.com/wp-content/uploads/2016/05/Carta-Mundial-de-Turismo-Sostenible-20.pdf>

<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>

<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>

http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/nota_conceptual_seminario_internacional_turismo_y_cultura_sp.pdf

<http://elcomercio.pe/peru/pais/machu-picchu-podra-visitado-google-street-view-noticia-1861063>

<http://elmundo.sv/mitur-lanza-pueblos-vivos-circuitur-2016/>

<http://elsalvador.travel/impressive/en/circuitos-pueblos-vivos-multidestinos/>

<http://graffica.info/interbrand-crea-la-marca-pais-el-salvador/>

<http://interbrand.com/newsroom/interbrands-concept-and-visual-identity-for-brand-el-salvador-brings-the-countrys-growth-strategy-to-life/>

http://issuu.com/ministeriodeturismo/docs/rendicion_de_cuentas_2015

<http://media.unwto.org/es/press-release/2014-10-08/el-consejo-ejecutivo-de-la-omt-analiza-los-vinculos-entre-el-turismo-y-la-c>

<http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune->

<http://sacdel.org.sv/phocadownload/planificacion/mcp/PCM%20Nahuizalco%20octubre%202012%20final.pdf>

<http://sigm.gob.sv/>

<http://sigm.gob.sv/Municipio.xhtml?m=0308&d=SO>

<http://www.aenor.es/revista/pdf/dic14/12dic14.pdf>

<http://www.alcaldianahuizalco.gob.sv/>

<http://www.amuprev.org/historias/caso.php?id=23>

<http://www.casatur.org/>

<http://www.corsatur.gob.sv/>

<http://www.diariocolatino.com/ruta-de-las-flores-genera-20-millones-anuales-al-estado/>

http://www.ecotumismo.org/wordpress/wp-content/uploads/Declaracion_Turismo_Cultural_Sostenible.pdf

<http://www.elsalvador.com/fotogalerias/noticias-fotogalerias/322019/nahuizalco-un-pueblo-indigena-sometido-por-las-pandillas/>

<http://www.elsalvador.travel/welcome/>

<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>

<http://www.iadb.org/es/noticias/anuncios/2013-10-30/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita.10622.html>

http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf

<http://www.istu.gob.sv/>

<http://www.mitur.gob.sv/>

<http://www.pnud.org.sv/2007/content/view/1098/167?Itemid=154>

<http://www.presidencia.gob.sv/wp-content/uploads/2015/01/Plan-Quinquenal-de-Desarrollo.pdf>

<http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/69/L.85>

<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

<http://www.unesco.org/new/es>

<http://www2.unwto.org/es>

<http://www2.unwto.org/fr/node/44111>

www.comprasal.gob.sv

www.museo.com.sv

www.oecd.org/cfe/tourism

www.tram-research.com/atlas

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, Miguel A. (2004). *Marketing de Destinos Turísticos*. Editorial Trillas. D.F. México.
- Acerenza, Miguel A. (2007). *Desarrollo Sostenible y Gestión del Turismo*. Editorial Trillas Turismo. D.F. México.
- Acerenza, Miguel A. (2010). *Fundamentos de Marketing Turístico*. Editorial Trillas. D.F. México.
- Acerenza, Miguel A. (2012). *Funcionamiento y Organización Institucional del Turismo*. 2ª ed. Editorial Trillas Turismo. D. F. México.
- Almeida, Mar A, Barcos R. Lucía & Martín C. Juan I. (2006). *Gestión de la Calidad de los Procesos Turísticos*. Editorial Síntesis, S.A. Madrid, España.
- Boullón, Roberto C & Boullón, Diego R. (2012). *Turismo Rural: Un enfoque Global*. Editorial Trillas Turismo. D.F. México.

- Calvo Pacheco J. A. (2000). *Vocabulario Castellano Pipil (Pipil Kastíyan)*. Universidad Francisco Gavidia (UFG Editores), la Comisión Salvadoreña de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO) y la Fundación para el Desarrollo de Izalco (FUNDIZALCO). Izalco. El Salvador.
- Campo, S. & Yagüe, María J. (2011). *Publicidad y Promoción en las Empresas Turísticas*. Editorial Síntesis, S.A. Madrid, España.
- Cárdenas Tabares, Fabio. (2010). *Comercialización del Turismo: Determinación y Análisis de Mercados*. 3ª ed. Editorial Trillas Turismo. D.F. México.
- Castillo N, Marcelino & Panosso N. Alexandre. (2011). *Epistemología del Turismo: Estudios Críticos*. Editorial Trillas Turismo. D.F. México.
- Crespi, Montserrat & Planells Margarita. (2011). *Recursos Turísticos*. Editorial Síntesis, S.A. Madrid, España.
- Gonzáles H. Matías M, León G. Carmelo J, Ledesma Javier de L & Moreno G. Sergio (coords.). (2013). *Turismo Rural y en Áreas Protegidas*. Editorial Síntesis, S.A. Madrid, España.
- González O, Mauricio, Ramírez de Belloso Ana L, Hidalgo B. Ana R, Urrutia G. Javier & Paredes, Roberto L. (2011). *Turismo y Desarrollo en El Salvador: Registro de Recursos Naturales*. 1ª ed. Centro de Investigaciones en Ciencias y Humanidades, CICH. Universidad Dr. José Matías Delgado. San Salvador, El Salvador.
- Gutiérrez Brito, J. (2007). *La Investigación Social del Turismo: Perspectivas y Aplicaciones*. International Thomson Editores. Madrid. España.
- Iglesias i Millán, Josep A. (2001). *Técnicas de Investigación Aplicadas al Sector Turístico*. Editorial Síntesis, S.A. Madrid, España.
- Lara Martínez, Rafael & Schultze J, Leonhard (2014). *Mitos en la Lengua Materna de los Pipiles de Izalco en El Salvador*. 1ª ed. Universidad Don Bosco. San Salvador, El Salvador.
- Lara Martínez, Rafael & Schultze J, Leonhard. (2014) *Mitos en la Lengua Materna de los Pipiles de Izalco en El Salvador: Gramática*. 1ª ed. Editorial Universidad Don Bosco. El Salvador.
- Lara-Martínez, Rafael & McCallister, Rick. (2014). *Glosario Cultural Pipil-Nicarao: El Güegüense - Mitos en Lengua Materna de los Pipiles de Izalco*. 1ª ed. Editorial Universidad Don Bosco. San Salvador, El Salvador.
- Lemus. Jorge E. (2015). *El Pueblo Pipil y su Lengua de Vuelta a la Vida*. 1ª ed. Editorial Universidad Don Bosco. San Salvador, El Salvador.
- Ponterio V. Sergio. (2007). *Metodología en el Turismo*. Editorial Trillas Turismo. D.F. México.
- Rey, Manuel. (Coord) (2008). *Fundamentos de Marketing Turístico*. Editorial Síntesis, S.A. Madrid, España.
- Vegas. Avelino A. (2006). *Manual de Finanzas para Empresas Turísticas*. Editorial Síntesis, S.A. Madrid, España.

ANEXOS

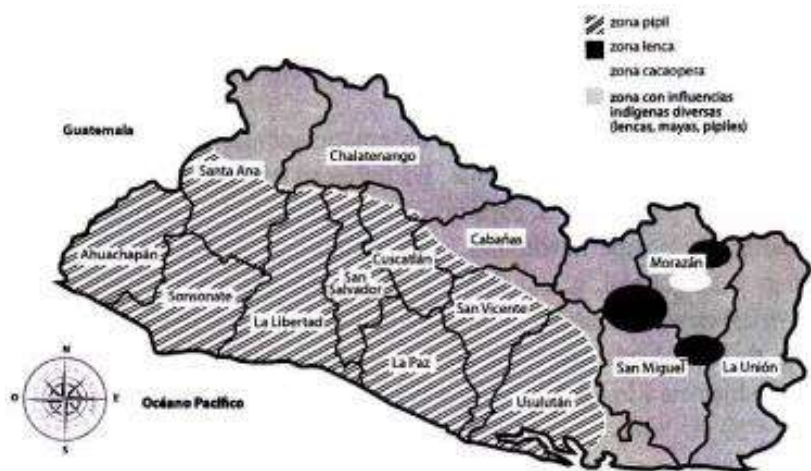
ANEXO 1. Nahuizalco, cuna indígena con identidad cultural Náhuat-Pipil

En El Salvador, existen diversas comunidades indígenas como: *Chilanga, Cacaopera, Yucuaiquin, Guatajiagua, Sensembra, Tacuba, Juayúa, Cuisnahuat, San Antonio del Monte, Izalco y Nahuizalco*. Este último pueblo es considerado por sus fuertes y profundas costumbres culturales y religiosas, uno de los más reconocidos antiguos núcleos indígenas del país; donde sus habitantes guardan con mucho recelo su cultura ancestral, honrando en cualquier momento sus raíces indígenas. Este anexo explora brevemente la memoria histórica indígena Pipil.

1. Breve memoria histórica de la influencia cultural indígena de “Los Pipiles”

Actualmente existe una negación generalizada sobre la existencia de indígenas en El Salvador y lo difícil que es para los investigadores definir a este grupo social. Las características manifiestas generalmente asociadas, como la vestimenta y la lengua ancestral *Náhuat-Pipil*, no se encuentran presentes en los pueblos indígenas debido al grado de asimilación a la sociedad dominante que han sufrido desde la conquista. Lemus, Jorge E. (2015). Comenta. “*Que es difícil la tarea de definir a un pueblo que ha sido invisibilizado por muchos años y cuya existencia ha sido negada o considerada un problema por autoridades y por la sociedad en general*” (p.19)¹.

Los indígenas salvadoreños, mantienen sus *costumbres y tradiciones*, es reducida la población que mantiene su lengua ancestral, pero la mayoría mantienen su identidad cultural *Náhuat-Pipil*; viven en comunidades rurales, practicando la misma agricultura de subsistencia, la artesanía y orfebrería que han practicado por cientos de años. Su persistencia como grupo étnico, a pesar de las barbaries de: *la colonia, la conquista, persecución, represión y discriminación* de que han sido objeto a través de la historia, es admirable. Los indígenas salvadoreños aún existen, aunque su presencia siga siendo invisibilizada.



En El Salvador, existen tres grupos étnicos (*Pipil, Lenca y Cacaopera*) características *socio-culturales* comunes, que se identifican y diferencian del resto de la población. En general las personas no se identifican con algún grupo indígena en particular, aunque practican algunas de las tradiciones culturales en sus localidades. En el mapa se observa que el occidente y el centro del país son los que muestran la mayor concentración de influencia indígena con rasgos culturales *Náhuat-Pipil*. Esta investigación orienta brevemente su estudio a este grupo étnico.

¹Apud: Lemus, Jorge E. (2015). *El pueblo pipil y su lengua: de vuelta a la vida*. 1ª Edición. San Salvador. El Salvador: Editorial Universidad Don Bosco. Apartado Postal 1874, p.19.

2. El señorío de Kuskatan (Cuscatlán), el imperio de los niños (Los Pipiles)²

Lo que hoy conocemos como El Salvador, en el transcurso de su historia estuvo habitado continuamente en los tres periodos prehispánicos³ (antes de la *Conquista Española*). A la llegada de los españoles (cerca del año 1500), se encontraban tres grupos étnicos (hablan un idioma propio, sus propias costumbres y ocupaban un territorio) divididos fronterizamente por el Río Lempa: *Los Cacaoperas* y *Los Lencas* al oriente del país y *Los Nahuat-Pipiles* en el occidente (Una nación conocida como *El Señorío de Kuskatan*), siendo este último grupo el interés de esta investigación.

El Señorío de Cuscatlán (en Pipil: *Tajtzinkayu Kuskatan*) fue una nación Pipil con estructura ideológica que sustentaba a los gobiernos de ese periodo. Su territorio de aproximadamente 10,000 km² se extendía

desde los ríos Paz hasta el Lempa, la mayor parte de las zonas occidental y central del actual El Salvador; se dividió en cuatro provincias: *Izalco* a la que pertenece el poblado Pipil de *Nahuizalco*, *Cuzcatán*, *Cojutepeque* y *Nonualco*, cada una sede estado o regiones lideradas por un linaje principal, siendo el indígena *Atlacatl* (1520- 1528) el último señor de Cuscatlán.



https://es.wikipedia.org/wiki/Se%C3%B1or%C3%ADo_de_Cuzcatl%C3%A1n#/media/File:Taketzakayu_-_Tlahtocayotl_totales_Se%C3%B1or%C3%ADo_de_Cuzcatl%C3%A1n.svg

Los *Pipiles*: era la etnia más extendida y dominante en el Señorío, siendo su idioma *Pipil* o *Náhuat* la lengua oficial, similar al Náhuatl de México pero con variaciones que lo convierten en un idioma distinto; su migración al territorio salvadoreño ocurrió en el siglo X. El Señorío de Cuzcatán era un país multiétnico (*habitado por muchas etnias o pueblos*) con características similares como las siguientes:

- **Actividad económica:** obtenían diversos productos de su subsistencia a través de la caza, la pesca y la agricultura; siendo esta última la base principal de su economía. (*maíz, cacao, hortalizas, otros*)
- **Su educación:** se realizaba de forma oral, transmitiendo normas y deberes en el diario contacto con el grupo social al que pertenecían; la escritura facilitaba la transmisión de elementos culturales.
- **La religión:** parte importante en la vida de los Pipiles, la religión oficial era politeísta o de muchos dioses y tenía su origen en el culto a las fuerzas de la naturaleza.
- **Su cultura:** todo aquello que definía y diferenciaba a los habitantes de este señorío de sus vecinos, a su vez dentro de la cultura hay elementos que son compartidos y comunes en las demás naciones. El arte de los Pipiles era principalmente de carácter religioso y se manifestaba en su escultura, cerámica (*arte primordial*), alfarería (*utensilios y recipientes*), productos artesanales (*el petate y la cestería*). La ciencia médica estaba unida a la magia, adivinación y a valor curativo de muchas plantas (*resina del árbol de bálsamo*).

² Evidencias arqueológicas y lingüísticas, sugieren que algunas poblaciones emigrantes al interior de México alrededor de los años 800 d.C (*después de Cristo*), dieron origen a los *Pipiles*, estos en el 900 d.C. emigraron hacia varias regiones de Guatemala, Honduras y El Salvador, fundando en este último país alrededor del año de 1,200 *el Señorío de Kuskatan*. La colonización y conquista española, el etnocidio de 1932 y otros factores, extinguieron parte de las prácticas *socio-culturales* de los *Pipiles*; su identidad cultural *Náhuat-Pipil*.

³ Comprende tres periodos: Pre-Clásico (12,000 A.C. 250 D.C), Clásico (250-900 D.C.) y Posclásico (900-1524 D.C.).

3. Un clamor por la identidad cultural indígena salvadoreña (*Náhuat-Pipil*)

La decadencia de los pueblos indígenas y sus lenguas es un proceso histórico que comenzó desde la conquista y que los ha llevado a punto de extinción, en la actualidad son un grupo étnico donde el mestizaje y el sincretismo cultural los ha vuelto un grupo que pasa desapercibido, que se confunde a simple vista con el salvadoreño promedio, y más aún con los campesinos. Sus características externas (*vestimenta y la lengua*) dejaron ya hace mucho tiempo de ser rasgos distintivos de los indígenas salvadoreños por diversas razones históricas. La imagen negativa que la sociedad les infunde, ha sido interiorizada por los indígenas al punto de negar su identidad cultural. Lemus, Jorge E. (2015) expresa:

Los indígenas salvadoreños han sido sistemáticamente destruidos como pueblo, *lo indígena* es visto como algo folclórico, *de potencial interés para turistas, pero no como algo propio*. Los “*indios*” son solo parte de la historia que superficialmente se estudia en las escuelas; sus aspiraciones, sus problemas y, en general, su condición humana, no son del interés de la sociedad en general ni del estado en particular. Esta concepción está tan arraigada en los salvadoreños que los mismos indígenas han negado su identidad a través de la historia (p.19)⁴.

Ante esta percepción, los siete pueblos indígenas originarios de El Salvador (*Ulúas, Lencas, Cacaopera, Chortís, Nonualcos, Pocomanes y Nahua-Pipil*) recuerdan su historia pidiendo una vez más, no ser olvidados; durante la celebración del día internacional de *los pueblos indígenas*⁵, la que se niega a desaparecer, producto de un esfuerzo constante por mantener vivas las raíces ancestrales, buscando respeto, reconocimiento, rescate de sus tradiciones y costumbres, dándolo a conocer a las nuevas generaciones como identidad cultural indígena salvadoreña. Algunos observadores lamentan que no se dé más difusión a este tipo de actividades, y sobre todo que no se conozcan las raíces culturales del país⁶.

Como respuesta a estas peticiones, la Secretaría de la Cultura (*SECULTURA*), actualmente trabaja en una *Política de Pueblos Indígenas*, la que contendrá los compromisos para rescatar su identidad, mejorar sus condiciones de vida y volver la cultura en *una cultura nacional*. Estrategia inclusiva que busca sacar de la invisibilidad a las poblaciones indígenas, como lo comenta Lemus, Jorge E. (2015):

Afortunadamente, cada vez hay más instituciones y personas que comienzan a visibilizar a los indígenas y a interesarse, aunque tímidamente, y coyunturalmente, en sus problemas. No obstante ese cambio insipiente en la sociedad, el estigma folclorizante y de curiosidad de museo de los indígenas aún se mantiene en la mayoría⁷.

⁴ Apud: Lemus, Jorge E. (2015). *El pueblo pipil y su lengua: de vuelta a la vida*. 1ª Edición. San Salvador. El Salvador: Editorial Universidad Don Bosco. Apartado Postal 1874, p.19.

⁵ El 23 de diciembre 1994, las Naciones Unidas decidió que se celebre cada año *el Día Internacional de las Poblaciones Indígenas el 9 de agosto*. La Prensa Gráfica. *Un clamor por la identidad indígena*. Miércoles, 10 de agosto de 2016, p.17.

⁶ La petición fue gestionada por el Consejo Coordinador Nacional Indígena Salvadoreño (CCNIS); quienes manifiestan: “*Es importante que la sociedad salvadoreña y el Estado traigan a su memoria que los pueblos indígenas todavía existimos. Somos pueblos con vivencias y expresiones que nos conectan con el mundo y la naturaleza*”. El Diario Hoy. *Los pueblos indígenas piden no ser olvidados*. Miércoles, 10 de agosto de 2016, p.40.

⁷ Recuperado de: Lemus, Jorge E. (2015). *El pueblo pipil y su lengua: de vuelta a la vida*. 1ª Edición. San Salvador. El Salvador: Editorial Universidad Don Bosco. Apartado Postal 1874, p19.

ANEXO 2. El legado etnográfico Náhuat-Pipil de Carl Hartman¹

El *turismo* nació ligado a la cultura, una práctica que demanda: *el viaje de caminantes y exploradores hacia espacios desconocidos, captura de imágenes, la mirada y su forma de pensar en lo inexplorado*. Estos viajeros disfrutaban de modos de vida culturales, contemplaban monumentos, ruinas y obras artesanales que han sobrevivido al paso del tiempo y que conservaban un gran poder de memoria histórica. Precisamente reconocemos hoy día esta misma mirada cuando nos situamos ante un bien de patrimonio cultural. Esta misma práctica de *Turismo Cultural* es precisamente la que realizó el investigador *Carl Hartman*² con la Cultura *Náhuat-Pipil*, desplazándose de su natal Suecia, y en una misión asignada en la década de 1890, inicialmente en botánica, antropológica y etnográfica, culmina ampliamente con la mirada de un *turista cultural*.

Visitó y exploró *Nahuizalco* como lugar preferido de su estudio dentro de la región de “*Los Izalcos*”, se asombró de la vida cultural de sus habitantes: *su belleza poblacional, infraestructura arqueológica, vestimenta de sus pobladores, música cultural y danzas, cultivo de la tierra, su comercialización de hortalizas y vegetales, dinámica de vida cotidiana de los indígenas, artesanías de fibras naturales y de morro, utensilios artesanales, variada comida indígena, la visión cosmológica y rituales, comportamientos espirituales, tradiciones religiosas, entre otros*. Práctica turística cultural que visualizó con asombro, a pesar de su amplia experiencia con otros poblados indígenas de México y la región centroamericana.

Para el propósito de este anexo en particular y de la consultoría en general, se debe delimitar entre otros aspectos como se debe considerar la cultura *Náhuat-Pipil*:

A. ¿Por qué la denominación Náhuat-Pipil?

El *Náhuat-Pipil* es un neologismo⁴, es un préstamo lingüístico de una palabra compuesta por la unión de dos palabras ya existentes:

¹ El objetivo de este anexo es reconocer mediante una breve descripción etnográfica, la vida cultural de Nahuizalco dentro de la “*Región de los Izalcos*”, bajo la mirada fotográfica Carl Harman, y los comentarios de cronistas y viajeros de la época; quienes enuncian las variadas prácticas culturales, heredadas y que hoy día se conforman como parte de la identidad no sólo de un pueblo sino de la mayoría de la población salvadoreña. La diversidad de fotografías y parte de su contenido teórico expuesto en este anexo *Apud*: “*JUEGO DE LOS IZALCOS*” *El Manual*. Museo de la Palabra y La Imagen (MUPI).

² **Carl Vilhelm Hartman** (Botánico, Etnógrafo y Arqueólogo); Nació en la ciudad Örebro, Suecia en el año de 1862 y murió en Estocolmo, el 19 de junio de 1941. Fue seleccionado por el explorador y etnógrafo noruego *Carl Lumholtz*, para estudiar a los indígenas de México y los Estados Centroamericanos en el uso de las plantas. En los años de 1896 a 1899, realizó un estudio de campo etnográfico, arqueológico además culturales y mitológicos sobre la población *Pipil* de El Salvador denominado “*Reconocimiento etnográfico de los Aztecas en El Salvador*”. Siendo uno de los pocos investigadores de finales del siglo XIX que documentó sus observaciones con fotografía utilizando negativos de plata. Este explorador fue bautizado en sus investigaciones como *El Hombre de los grandes anteojos*, por el lente de la cámara fotográfica.

³ Durante el siglo XVI durante la vigencia del señorío de Cuzcatlán, en el occidente de El Salvador se clasificó como región de “*Los Izalcos*” a todos los pueblos comprendidos en la sierra de *Apaneca* hasta *Armenia*, el centro rector era el pueblo de *Izalco* por su actividad económica en el cultivo del cacao, En la actualidad, las comunidades indígenas se encuentran dispersas en varios municipios donde no se pueden diferenciar culturalmente. *Apud*. Museo de la Palabra y la Imagen (MUPI). *Memoria de los Izalcos*. Revista TRASMALLO Número 2, año I 2006, p.21.

⁴ *Neologismo*, una palabra nueva que aparece en una lengua, o la inclusión de un significado nuevo en una palabra ya existente o en una palabra procedente de otra lengua.

La siguiente tabla explica este significado, la que es de aceptación por pobladores de Nahuizalco y municipios vecinos pertenecientes a estas mismas raíces de linaje cultural indígena.

Tabla. Explicación del Neologismo *Náhuat-Pipil*

Identidad Cultural Náhuat-Pipil

<i>Náhuat (Nawat en Pipil)</i>	<i>Pipil</i>
<i>Lengua oficial de los indígenas Pipiles que aún habitan en la zona occidental y central de El Salvador, sus antepasados emigraron de México en el siglo X. Se relaciona con el Náhuatl⁵ hablado en México por los Aztecas y se diferencia marcadamente por su distinción de sonido de /tl/ a /t/).</i>	Etimológicamente es un término <i>Náhuat</i> que proviene de <i>Pipiltzin</i> que significa <i>noble, señor o príncipe</i> , aunque también se deriva de <i>Pipiltoton</i> , que significa <i>niño, muchacho u hombrecito</i> . El nombre fue dado a las tribus <i>Nahuas</i> que habitan en El Salvador y otros países de Centroamérica, por los <i>Tlaxcaltecas</i> y otros pueblos del mismo tronco lingüístico, ya que al escuchar hablar a los Pipiles, les parecía un <i>Náhuatl</i> (<i>Hablado por tribus de México</i>) mal pronunciado, con acento de niño (lengua <i>Náhuat-Pipil</i>).

Fuente: Elaboración propia

En esta consultoría al referirnos a la cultura *Náhuat-Pipil*⁶, se orienta:

Al conjunto de valores, orgullos, creencias, tradiciones, costumbres, procesos de producción, reproducción e intercambios simbólicos de origen indígena *Náhuat-Pipil* que: dan forma, orientan y motivan el comportamiento de los habitantes de Nahuizalco; que le distingue de otros municipios y que se expresa en realidades tangibles (*belleza poblacional, infraestructura arqueológica, vestimenta de sus pobladores, música cultural y danzas, cultivo de la tierra, comercialización de hortalizas y vegetales...*) e intangibles (*dinámica de vida, artesanías de fibras naturales, utensilios artesanales, comida indígena, visión cosmológica y rituales, comportamientos espirituales, tradiciones religiosas, leyendas, cuentos, lenguaje, el calor humano de su gente laboriosa...*); que en conjunto conforman un sentimiento de pertenencia.

La justificación anterior demuestra que la cultura *Náhuat-Pipil*, se encuentra en el corazón de la cultura popular salvadoreña (*Etnografía de El Salvador*⁷), la que es heterogénea y compleja en sus diversas expresiones y manifestaciones que le sustentan⁸.

⁵ Autoglotónimo *nāhuatlahtōlli*, que deriva de *nāhua-tl*, «sonido claro o agradable» y *tlahtōl-li*, «lengua o lenguaje». Es una macrolengua *yuto-nahua* que se habla en México. Esta lengua, fue impuesta en los territorios conquistados por el Imperio Azteca, desde el siglo XIV, llegando su rama a extenderse por la costa del Pacífico dando origen al *Pipil* de Centroamérica.

⁶ La mayoría de autores, refieren indistintamente los términos *Pipil* y *Náhuat*, para referirse a la lengua de América Central. El término *Pipil*, como nombre para la lengua, es utilizado por la comunidad de estudiantes internacionales, para distinguirla principalmente de las variantes de *Náhuatl* de México. En El Salvador actualmente se considera al *Náhuat-Pipil* una lengua separada como un dialecto del *Nahua* meridional.

⁷ Del griego: *ethnos* (pueblo) y *grapho* (escribo); literalmente (*descripción del pueblo*) conocida también como ciencia o cultura del pueblo, un estudio sistemático de personas y culturas. Es una de las herramientas investigativas como una rama de la antropología social o cultural. Sus datos recopilados consisten en la descripción densa y detallada de costumbres, creencias, mitos, genealogías, historia, lenguaje, otros.

⁸ El Salvador estuvo habitado por diferentes pueblos indígenas, con la llegada de los españoles su conquista y colonización, se produce un mestizaje cultural de costumbres y creencias. Durante este proceso surgen los *Ladinos*, que no son más que los mismos indígenas que rehusaron de sus elementos culturales. En Nahuizalco e Izalco todavía se aprecia esta diferenciación.

B. El legado etnográfico de *Carl Harman*

La historia salvadoreña revela el interés de numerosos investigadores internacionales entre *etnógrafos, cronistas e historiadores*, por el estudio de la cultura indígena. Estos estudiosos han visitado el país con el propósito de describir como vivía la gente, sus costumbres y tradiciones, algunos de ellos hasta llevaron muestras *desconocidas y extrañas* a sus países de origen. Este es el caso emblemático de *Carl Hartman*, un etnógrafo y antropólogo de profesión⁹; quién en 1896 viaja desde Suecia, designado para un “*Reconocimiento etnográfico de los Aztecas en El Salvador*”. Recorrió durante los años 1887 a 1899 la zona occidental del país; fotografiando y escribiendo sus observaciones sobre la cultura indígena específicamente en “*La región de los Izalcos*” (*Náhuat-Pipil*)¹⁰, dejando para la posteridad un patrimonio etnográfico de finales del siglo XIX (*testimonio sobre la vida cotidiana y ritual del indígena Pipil*). Actualmente el Museo Comunitario de Nahuizalco dentro sus principales atracciones, expone fotografías, anécdotas etnográficas del propio Hartman, su biografía y todo un conjunto de legado impresionante que nos permite hoy día reconocer las raíces de un pueblo cultural *Náhuat-Pipil*.



Fotografía 1. Proyección fotográfica que lleva a la memoria al poblado indígena de Nahuizalco de 1887-1899

Nahuizalco, un pueblo indígena *Náhuat-Pipil* cerca de Sonsonate, donde *Carl Hartman* realizó sus estudios etnográficos porque la lengua que se hablaba era pura. Una población de raza mestiza entre español e indígena que denominó “*Aztecas*” por ser parecidos a la raza que se ve en la capital de México. La fotografía muestra habitantes con su vestidura típica de camisa y pantalón de algodón blanco, y sombrero de paja. *Fotografía de Carl Harman. Nahuizalco 1890. Apud. Museo de la Palabra y la Imagen (MUPI). Memoria de los Izalcos. Revista TRASMALLO Número 2, año I 2006, p.4. Cfr: www.museo.com.sv*

⁹ A las personas que estudian las culturas de los pueblos se les llama *antropólogos*, quienes tienen que convivir por un tiempo entre ellos, para entender por qué la gente hace las cosas de una forma en particular, y por qué tienen esas costumbres. Describen las prácticas culturales haciendo *etnografías*, que son descripciones de cómo la gente vive, sus artesanías, su forma de organización, viviendas, mitos y leyendas, la vida en familia, la religión, otros. La cultura es el conjunto de creencias y tradiciones de un pueblo, lo que les proporciona una identidad cultural que los diferencia de los demás.

¹⁰ Esta región llamó la atención de viajeros y cronistas, quienes escribieron cómo se vestían, qué comían, cómo comercializaban, sus prácticas agrícolas, su mitología, y a pesar de su similitud a otras etnias, se sorprendían por esta Cultura *Náhuat Pipil*.

La mirada de este explorador no solamente fue técnicamente etnográfica si no la de un *turista cultural*, su interés por la vida familiar, social y cultural de la *Región de los Izalcos* y de otros pueblos cercanos; se evidencia juntamente al trabajo etnográfico escrito¹¹, una suma impresionante de alrededor de 500 fotografías en placas de vidrio. Con su pesada cámara captó a Nahuizalco y su gente en los días de mercado, repleto de vendedores locales que comercializaban una variedad de productos que él mismo llegó a comprar¹². Capta con asombro el árbol de Jícaro (*morros*) un fruto con el cual los pobladores elaboraban diversos objetos de uso cotidiano y de gran belleza artesanal.

Mediante un juego de narrativas minuciosamente descriptas y el uso de sus fotografías, Carl Hartman comparte su experiencia y vivencias sobre la cultura *Náhuat-Pipil*. Invitando al recuerdo de las comunidades indígenas y de ciertas prácticas que en el presente han desaparecido gradualmente por razones *de cambios en el medio ambiente, convulsiones políticas, situación económica y quiebre generacional*. Actualmente *El turismo* es el medio por el cual se reactivan parcialmente estas técnicas que alivian las economías familiares del municipio, donde un alto porcentaje de sus habitantes se encuentra en pobreza extrema. Desde la mirada de Carl Harman, a continuación, se exponen brevemente estas prácticas culturales:

- **La Planta de Tule elemento de Identidad Cultural.** La planta con la que se confeccionan los petates se está abandonando su cultivo (*alto costo, cosechas improductivas, bajo rendimiento económico, además de reconocer un quiebre generacional, entre otros*), en su lugar se plantan maíz y hortalizas.
- **Cultura material.** (*procedimientos y materiales para la elaboración de diversas actividades productivas*). Construcción de viviendas, utensilios de cocina y doméstico, vestimenta entre otros.
- **Producción artesanal.** Destaca la cestería y la confección de petates, sustento económico de las familias, junto con el cultivo de granos básicos y hortalizas. Esta producción ha disminuido pero sigue siendo importante para algunas familias del municipio, sobre todo del área rural.
- **La tierra y la vida.** Los Pipiles vivían exclusivamente de la agricultura, los huertos y la industria de la cestería (*artesanía de fibras naturales*). En la actualidad, el trabajo de la tierra y la producción artesanal siguen siendo prácticas productivas esenciales y vitales de la económica y su identidad.
- **Costumbres religiosas y ceremoniales.** Los Pipiles aprendieron a adorar a los santos de la iglesia católica, sin embargo persisten ceremoniales donde se ofrenda flores, incienso y velas. El cristianismo solo era nominalmente, su visión del mundo es básicamente la misma que la de sus antepasados
- **Luchas políticas y reivindicación del indígena Náhuat-Pipil.** En Nahuizalco las luchas políticas ha sido una constante y los indígenas son quienes peor la pasan, los sucesos con más renombre dentro de la memoria colectiva lo constituye la anulación de las tierras comunales en el año de 1881 y el etnocidio de 1932. En la actualidad, se protagoniza la reivindicación de sus derechos.
- **Náhuat-Pipil el idioma de los indígenas Pipiles.** Nahuizalco fue el poblado predilecto para Hartman por que se hablaba el *Náhuat* en lenguaje puro, hoy día solamente se remite al recuerdo de la lengua de sus antepasados, con un reducido número de hablantes que se limitan a la pronunciación de frases o palabras. Este idioma Pipil está amenazado con la posibilidad de extinción.

¹¹ El Museo de Etnografía de Estocolmo, resguarda celosamente los fragmentos del trabajo escrito por *Carl Hartman*, durante su estadía en la zona occidental de El Salvador. 1887- 1899: diarios de campo, publicaciones, fotografías y elementos de la cultura material no sólo en El Salvador sino también en Guatemala y Costa Rica.

¹² El uso de la fotografía por el investigador en aquella época, lo ubica como un precursor de la antropología visual, ya que entrelaza con agudo sentido el trabajo etnográfico escrito y la técnica fotográfica.

Nahuizalco es un municipio histórico que ha sobrellevado a lo largo del tiempo cambios en sus prácticas culturales; lo evidencia el siguiente ejercicio comparativo gráfico del pasado y presente de este destino turístico; representado entre la mirada de *Carl Harman* y esta consultoría.

1) Iglesia de Nahuizalco “San Juan Bautista”



Fotografía 2. Iglesia San Juan Bautista y su Parque Central (Nahuizalco de 1887-1899)

Proyección fotográfica que lleva la memoria a Nahuizalco de 1890, mostrando la Iglesia *San Juan Bautista* y su Parque central donde se encuentra la fuente, a pesar de haber transcurrido más de cien años, estas infraestructuras permanecen aunque transformados por la reconfiguración urbana de la actualidad. *Fotografía de Carl Harman. Nahuizalco 1887-1899. Apud. Museo de la Palabra y la Imagen (MUPI). Memoria de los Izalcos. Revista TRASMALLO Número 2, año I 2006, p.30. Cfr: www.museo.com.sv*



Fotografía 3. Iglesia San Juan Bautista y su Parque Central (Nahuizalco 2016)

Panorámica de un pueblo histórico con una cultura y un destino turístico moderno donde se aprecia la Iglesia Colonial “*San Juan Bautista*”; junto al Parque Central con la misma fuente (Remodelada) del Nahuizalco de 1890. *Nahuizalco: Diciembre 2016. Fotografía proporcionada por Marvin Santos (EMPRE-Nahuizalco).*

2) El Tradicional día de mercado (*Tiangui*) de Nahuizalco



Fotografía 4. Tradicional día del mercado (*Tiangui*) (Nahuizalco de 1887-1899)

Nahuizalco, un poblado indígena ordenado y civilizado, en comparación de otros pueblos. Habitado hasta entonces por cerca de 80,000 habitantes con una cultura profundamente arraigada. La proyección fotográfica muestra a su gente en los días de mercado, repleto de vendedores artesanales locales que comercializaban una variedad de productos de fibra natural como el *Petate*, utensilio doméstico de origen indígena Náhuat-Pipil. *Fotografía de Carl Harman. Nahuizalco 1887-1899. Apud. Museo de la Palabra y la Imagen (MUPI). Memoria de los Izcalcos. Revista TRASMALLO Número 2, año I 2006, p.6. Cfr: www.museo.com.sv*



Fotografía 5. Comercio de tule y petate por vendedoras artesanas de origen indígena Náhuat-Pipil.

El Petate comercializado tradicional e históricamente por las calles urbanas de Nahuizalco, es una artesanía por excelencia que sustenta su principal *etnografía autóctona*, utensilio doméstico de origen ancestral por el pueblo Náhuat-Pipil; utilizado normalmente para descansar o dormir. *Nahuizalco: Diciembre 2016. Fotografía Apud: <http://www.elsalvador.com/fotogalerias/noticias-fotogalerias/322019/nahuizalco-un-pueblo-indigena-sometido-por-las-pandillas/>*

C. Etnografía *Náhuat-Pipil*

Nahuizalco es un poblado indígena, en su corazón se arraiga la cultura *Náhuat-Pipil*; una mezcla de elementos culturales ancestrales que aún se conservan, a continuación un breve estudio de su etnografía¹³.

1) Festividades y religiosidad

Las comunidades indígenas vivían su religiosidad a partir de la creencia que en la naturaleza existían dioses. A la llegada de los españoles trataron de imponer la religión católica, pero las creencias de un pueblo no se pueden borrar de un día a otro, y algunas veces se funden para formar algo nuevo que mezcla lo propio con lo ajeno. Un ejemplo es *La cofradía*, que agrupa a personas de una comunidad para celebrar a un santo, y donde es usual que se bailen algunas danzas como la de *Los Historiantes*, que habla de la lucha entre los moros y los cristianos. Todavía se observan en algunos pueblos como: *Izalco, Nahuizalco, Panchimalco y otros*.



2) Relaciones familiares.



En la mayoría de familias tiene un papel importante el abuelo o abuela, porque existe un respeto por los conocimientos que ellos guardan. A todos los conocimientos que se traspasan entre abuelos, padres, madres e hijos se les llama *tradición oral* (*consejos, leyendas, relatos, "pasadas"*), ésta es una forma de transmisión de la cultura. A través de la tradición oral es como se conoce del pasado, algunas cosas cambian, pero existieron y que a través de ellas se relata actitudes y comportamientos actuales.

3) La comunidad Indígena *Náhuat-Pipil*.

Las poblaciones, después de la colonia, se dividieron en tierras comunales que pertenecían a las comunidades indígenas o ladinas, y las otras tierras a la municipalidad. Las casas eran chozas con techos en forma de conos. Los abuelos cuentan que cuando se iba a construir una de estas casas, se tenía la ayuda de toda la comunidad, los vecinos ayudaban a "*parar la casa*".



¹³ Esta cultura se nutre fundamentalmente de las memorias de los actuales pobladores como Nahuizalco, que con sus relatos, vivencias y experiencia artesanal, muestran de cómo vivieron sus antepasados indígenas las prácticas culturales. Los antropólogos para estudiar la cultura, tienen que convivir por un tiempo en los pueblos que estudian para entender por qué la gente hace las cosas de una forma en particular, y por qué tienen esas costumbres. Describen sus artesanías, su forma de organización, las viviendas, los mitos y leyendas, la vida en familia, la religión, otros. El presente anexo toma la estructura etnográfica propuesta por el Ministerio de Cultura y Comunicaciones de 1985. *Apud: Etnografía de El Salvador*. Primera edición. San Salvador 1985.

4) Utensilios domésticos artesanales

Familias salvadoreñas siguen utilizando utensilios elaborados con morros con los cuales hacen guacales y cucharas. El fruto del morro puede adquirir variadas formas dependiendo del clima y de su medio ambiente,



su semilla es utilizada para hacer la riquísima horchata. Otros utensilios eran obtenidos de una enredadera que pertenece a la familia de los ayotes, solo que no todos son comestibles. Al igual que el morro, son cortados a la mitad y se les saca el exceso del fruto hasta dejarlos huecos en forma de guacales: La enredadera de tecomate, produce este gracioso utensilio que sirve para llevar agua.



El árbol de morro tiene un significado para los *Nahua-Pipiles*, por ello representaban muchos personajes en los huacales labrados, algunos hablan del Mito de la Calaverita de Morro y el surgimiento de la vida que provenía de ese árbol.

5) Juguetes tradicionales

Los niños y niñas se divertían con juguetes elaborados por sus padres, éstos eran hechos de frutos de árboles: morros, varas de bambú, tule y hasta de huesos de animales.



Trompo: se elaboraban de un palo delgado que tenía un pequeño morro en la punta.

Chintas: muñecas elaboradas de trozos de madera, de tule o de tela de manta.



6) Alimentación tradicional

El producto base alimenticia es el maíz, del cual se derivan diferentes platos como tamales, atoles dulces y salados. Algunas comidas típicas: los tamales de elote, los tamales de sal azúcar, y las riguas que se comen con queso y crema. Los tamales son muy ricos y son usualmente repartidos en las "*velas de muerto*" junto al café o chocolate. En Nahuizalco existen unos tamales muy particulares, estos son los *ticucos* y los *tayuyos*. Su exclusivo sabor viene de los ingredientes utilizados: Los *ticucos*, son elaborados con masa de maíz tierno, llevan frijoles blancos y una salsa o recaudo de *alguashte*; y los *tayuyos*, llevan frijoles rojos. En la dieta también se incluyen algunos animales curiosos, como el *tacuzán*, que en Náhuat quiere decir *pequeño comelón*; también se come el garrobo que es un reptil que puede llegar a tener un gran tamaño. Aquí se acostumbra a comerlo con *alguashte*.

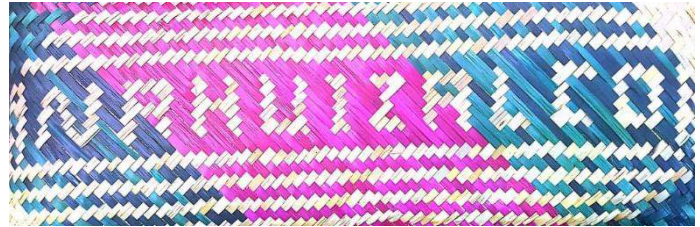


7) Producción artesanal



En El Salvador se produce toda una variedad de artesanías, los diferentes pueblos las ofrecen de acuerdo al material con el que se elaboran. Existen algunos productos que al solo verlos se advierte de donde provienen. La mayoría de artesanías se elaboraban desde tiempos antiguos y eran utilizadas de uso diario como las ollas y comales. En Nahuizalco se producen muchos materiales de la planta conocida como tule, de sus largas y delgadas hojas sacan las hebras que entrecruzadas forman los petates. Es usual en este municipio como en otros poblados, que las madres e hijos se sienten en el piso de la casa para trenzar y

confeccionar los bonitos y frescos petates. Antiguamente estos petates llevaban color que se obtenía de una planta llamada *mashaste*, que los hacía ver muy vistosos. Además se elaboran cestas de tule con bonitos diseños que se encuentran muy ligados a sus mitos y leyendas o a sus trabajos cotidianos.



8) Mitología (tradición oral)

La narrativa popular a través de la *tradición oral* tiene un gran valor y permite transmitir con gran destreza y fluidez las *leyendas*, *mitos* y *cuentos* capaces de mantener la atención de cualquier oyente. Los abuelos y abuelas con ademanes, gestos y voces agudas, estremecen con sus historias dejando implícita en cada leyenda una moraleja o consejo. La cultura salvadoreña guarda en su mitología una gran riqueza de personajes y creencias como la *Siguanaba*, *el Cipitío*, *el Cadejo*, *Duende*, *el Justo Juez*, *la Carreta Chillon*, y una infinidad de personajes mágicos. Es muy usual escuchar a los pobladores de Nahuizalco mencionar sobre *La Piedra Viva de Techical*, una piedra que se encuentra en su territorio y que se desplaza por si sola un lado a otro; una leyenda que representa identidad, historia y cultura ancestral para sus habitantes.

9) Los días de mercado (tianguis)

En Nahuizalco, todos los productos artesanales, las hortalizas, maíz y frijol son comercializados en el mercado local. Las mujeres, conocidas como las *petateras*, vienen con su venta desde los cantones. Los vendedores de comales de Santo Domingo de Guzmán (Sonsonate). Antiguamente a los días de mercado se les conocía como *tianguis*, y eran muy alegres tenían días específicos en cada pueblo, los vendedores iban de lugar en lugar a ofrecer sus productos. En la actualidad además del mercado de día existe un mercado muy peculiar que se le conoce como "*Mercado Nocturno*", utiliza la luz de las velas para alumbrar la venta de atoles y tamales, entre estos los famosos ticucos y tayuyos.



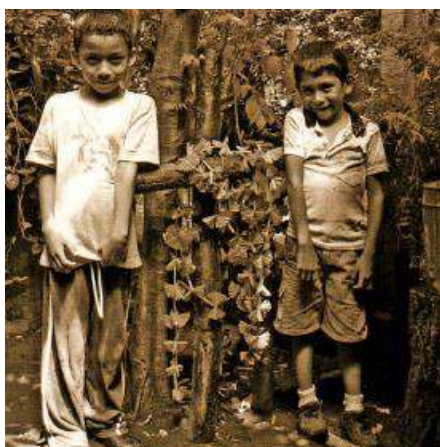
10) La vestimenta

La vestimenta indígena de los *Nahua-Pipiles* se elabora con telas delgadas de algodón o manta y se adapta a una región de clima cálido. Los cronistas de la época cuentan que los pobladores andaban casi desnudos por las altas temperaturas. En la zona de occidente todavía podemos ver el uso del *refajo*, una especie de falda con tela de colores que se dobla al cuerpo, es todavía utilizada por algunas ancianas. El refajo es acompañado de una blusa "*bombacha*" con pliegues, hecha con telas en colores pastel. En esta foto se observa que debido al calor algunas mujeres y ancianas preferían no utilizar blusa. El traje del hombre era el algodón: una camisa de manta, acompañada de un calzón o pantalón corto de manta blanca.



11) Tradiciones mortuorias

La costumbre de rendir culto a los muertos se practica desde la época prehispánica con el propósito de solicitar a los dioses su protección, la ofrenda constituía un homenaje a esta acción. Las formas mortuorias fueron cambiando en transcurso del tiempo, se utilizaban los petates para transportar y enterrar a los muertos. Por ello la frase "*este ya se petatió*", que hace referencia a que alguien se murió. El Día de los Muertos se celebra el 1 y 2 de noviembre en un ambiente de fiesta; en Nahuizalco se observan altares adornados con flores, tamales, chicha y café. Es usual que ese día se vaya a enflorar y se pase toda una tarde en el cementerio en compañía de familiares, algunos llevan comida tradicional como ayote en miel, y el ambiente se alegra con música de cuerdas que es ofrecida en memoria del familiar que falleció. También en este tradicional municipio existe una peculiar tradición el día 1 de noviembre (*Día de los inocentes difuntos*), ese día se sale a *canchulear*, los niños salen a pedir frutas en miel y tamales de casa en casa los que son recibidos con altares, cantos y rezos.



12) Prácticas agrícolas

Las comunidades indígenas en su mayoría se dedican a las prácticas agrícolas para su consumo familiar (*siembra de granos básicos como el maíz, el frijol y el maicillo, entre otros*), algunas hortalizas son cultivadas en las zonas y vendidas en pequeñas cantidades en el mercado local. El cuidado de la siembra es importante y por ello los *Nahua-Pipiles* y para procurar mejores cosechas realizaban algunos rituales: consideraban que la luna rige el desarrollo de la vida vegetal y animal, castigaban árboles frutales el *Sábado de Gloria* ante la negativa de frutos, atención del comportamiento de algunos animales que dan señales sobre el clima, otros anuncian los tiempos de cosechas, "*anuncian la muerte*" como es el caso del pájaro conocido como la aurora, otros anuncian desgracias o visitas de extraños, como cuando las gallinas y perros se ponen inquietos.

13) El curandero: cura enfermedades “Males” con plantas y rituales

Según las creencias populares algunos síntomas de enfermedades son atribuidas a causas mágico-religiosas llamados “*males*”. Estos tienen que ver con la fuerza o debilidad de espíritu, o falta del *nahual* o animal protector de quien las padece. En las comunidades rurales indígenas de Nahuizalco, todavía se cura con plantas, y existe la figura del curandero que sana enfermedades o males, también se hacen o pomadas que se mezclan con algunas plantas trituradas.

14) La lengua Náhuat

El nawat o náhuat es la lengua de los *Nahua-Pipiles*, actualmente se considera una lengua en peligro de extinción, existen escasos hablantes y al no ser reconocido como una lengua que pueda ser impartida y estimulada en las aulas de clase, contribuye a su extinción. En *Izalco*, *Nahuizalco*, *Panchimalco*, *Santo Domingo de Guzmán* y *Cuisnahuat* todavía hay Nahuat-hablantes, aunque ya no con mucha fluidez. A la llegada de los españoles los indígenas fueron aprendiendo el español ya que se convirtió en la lengua más utilizada para realizar cualquier actividad comercial y administrativa. Algunos cronistas, viajeros y estudiosos recolectaron significados de algunas de palabras náhuat, creando pequeñas cartillas que han servido para estudiar esta lengua¹⁴. Hoy día existen personas e instituciones que están trabajando para el rescate de esta lengua ancestral. En Nahuizalco hay iniciativas por parte de la *Casa de la Cultura*.

15) La cultura Náhuat-Pipil y los sucesos de 1932



El Salvador es un país con un territorio pequeño y densamente poblado, donde la distribución de la tierra ha sido un problema histórico que ha generado diversos conflictos a través de los años. En 1880 se emitió una ley que abolía las tierras comunales existentes desde la colonia, pasando a ser privadas, utilizadas para la producción del café, favoreciendo a los terratenientes, mientras en el campo muchos indígenas y campesinos se quedaron sin cultivar sus limitadas propiedades.

En 1929 ocurrió una crisis económica que provocó pobreza y con ella el descontento de los indígenas que en medio de una gran agitación social, se rebelaron con actos de violencia. El gobierno de esa época a cargo del general Maximiliano Hernández Martínez, reaccionó enviando al ejército a la zona occidental de El Salvador, fusilando a miles de indígenas en lugares como *Nahuizalco* e *Izalco*. Este suceso fomentó un temor muy grande entre los sobrevivientes, quienes actualmente buscan su identidad en respeto a su memoria histórica¹⁵.

¹⁴ La convivencia de cinco siglos entre el *Náhuat* y el Castellano ha tenido un impacto en ambas lenguas, siendo esta última lengua la que mayor integración ha tenido en el *Náhuat* respecto a otros idiomas. La Real Academia Española (RAE) acepta alrededor de 200 préstamos del *Náhuatl* al español, entre otros: *aguacate*, *cacahuatate*, *chile*, *chocolate*, *comal*, *ejote*, *elote*, *petate*, *tamal*...

¹⁵ El etnocidio en el occidente del país en 1932, profundizó cambios culturales en las comunidades indígenas *Náhuas-Pipiles*, que hoy día algunas tradiciones son muy distintas de cómo eran las expresiones culturales en esa región antes de este suceso histórico.

ANEXO 3. “Ruta de Las Flores” (Sonsonate-Ahuachapán)

En la fresca y vegetación del occidente de la República de El Salvador, específicamente en los departamentos de Sonsonate y Ahuachapán, se encuentra *La Ruta de Las Flores*; la segunda ruta turística¹ más visitada e importante del país después de la *Ruta Sol y Playa*. La cultura de sus pueblos, un clima fresco rodeado de sitios naturales, ferias gastronómicas autóctonas que incluye platillos exóticos; conforman más de 40 atractivos turísticos; que son la oferta que tiene esta atractiva *Ruta*, una de las opciones para desarrollar el turismo interno². La *Ruta de Las Flores*, es un corredor turístico



florecente en cultura y naturaleza, cercana y de mayor influencia potencial en el mercado turístico, se transita desde Sonsonate hasta Ahuachapán comprendiendo 6 destinos turísticos: *Nahuizalco*, *Salcoatitán*, *Juayúa*, *Apaneca*, *Ataco* y *Ahuachapán* (ver figura 1)



Figura 1. Región de la Ruta de Las Flores

La región comprende importantes pueblos indígenas, *Nahuizalco* en el departamento de Sonsonate, *Apaneca*, *Salcoatitán* y *Concepción de Ataco*, en el departamento de Ahuachapán; que entrelazan el corredor turístico al pie de la sierra montañosa de *Apaneca-Ilamatepec*. Apud. <http://www.diariocolatino.com/ruta-de-las-flores-genera-20-millones-anuales-al-estado/>

¹ **Ruta Turística:** Itinerario cultural que agrupan lugares, monumentos, museos, otros; con un denominador común. Pulido Fernández, et al. (2013: p.176).) Advierte: “Un itinerario cultural no se convierte automáticamente en un itinerario turístico, sino que debe contar con una oferta completa, en lo cultural y turístico, y deben existir medios de comunicación y transporte que hagan la ruta realizable”

² Apud, El Diario de Hoy. *Ruta de Las Flores: Clima fresco y buena comida*. Martes, 2 de agosto de 2016, pag.48 y 49.

Anexo 3. “Ruta de Las Flores” (Sonsonate-Ahuachapán)

Recientemente el Ministerio de Turismo (MITUR), pretende ampliar la *Ruta de La Flores*; incluyendo dos municipios más: *Sonsonate y Atiquizaya*, bajo el argumento que les permita promocionarse con mayor solidez, la intención es convertirlos junto al resto de municipios de la ruta en un amplio circuito de desarrollo turístico Nacional³. Su oferta turística se enfoca en un “*Producto Multidestino*”, conforme al programa *Pueblos Vivos*, que permite mostrar a los turistas los municipios organizados por circuitos. Actualmente se identifican en el país más de 53 circuitos multidestinos locales, con el objetivo de que se posicionen como nuevos destinos temáticos, por zonas, y dinamizar la economía local.

Esta Ruta considerado un destino base de interés nacional (*quizá el itinerario cultural y natural por excelencia*), es declarada *zona de interés turístico* por el Ministerio de Turismo (MITUR), ya que busca dinamizar la actividad turística de sus municipios mediante el crecimiento, la inversión y desarrollo local, quienes pasan de depender de la agricultura al turismo, siendo esta la principal fuente de ingresos y atenuante de pobreza⁴. Según datos de esa cartera de Estado, más de un millón de personas (*entre nacionales y extranjeros*) la recorren al año, generando ingresos a la economía nacional por \$20 millones de dólares anuales para los micros, pequeños y medianos empresarios de la zona⁵. Por ello esta ruta, es considerada uno de los puntos turísticos más desarrollados en generación de ingresos, y la segunda más visitada junto a la Ruta “*Sol y Playa*”. Según estimaciones de la Unidad de Inteligencia de Mercado de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) “*El día de La Ruta de Las Flores*”, genera un impacto económico de \$250,000 dólares, con un flujo turístico que supera los 20,000 turistas nacionales en su mayoría procedentes del departamento de San Salvador.

La *Ruta de Las Flores*, se ha constituido en uno de los paseos turísticos más disfrutados por las familias salvadoreñas, su visita frecuentemente es a través del programa “*Buses Alegres*”⁶, una alternativa tradicional y económica de transporte, que El Instituto Salvadoreño de Turismo, (ISTU) pone a disposición de los salvadoreños; para viajar a diferentes sitios turísticos nacionales. También una diversidad de sus visitantes se hacen presentes en vehículos propios, si el recorrido se hace en autobús (*desde San Salvador*), se debe abordar la ruta 205 que va hacia Sonsonate desde la terminal de occidente, luego emprender la ruta 249 que recorre prácticamente toda la ruta. No se debe ignorar que la mano de la delincuencia está reduciendo el flujo y potencial de la actividad turística de esta importante ruta y influye en la decisión de turistas en la elección de destinos, ya que en los últimos meses, se han registrado varios hechos violentos: homicidios en *Apaneca*, asaltaron a un diplomático de la Embajada de los Estados Unidos junto a su familia en *Juayúa*, asesinatos en *Salcoatitán* y *Nahuizalco*⁷.

Cada pueblo de esta importante ruta tiene sus atracciones particulares (*cultura, tradiciones, artesanías, clima, recursos naturales, población cálida, gastronomía, otros*). A continuación se menciona las características turísticas más principales de cada uno de ellos⁸.

³ El Diario de Hoy. *Ruta de las Flores seduce a Sonsonate y Atiquizaya*, lunes 13 de junio de 2016.pág.42-43.

⁴ Desde el año 2009 se formuló la estrategia de *La Ruta de Las Flores* con el objetivo de fortalecer y promover el turismo, principalmente en los seis municipios que conforman.

⁵ La *Asamblea Legislativa de la República de El Salvador* (2014) decreta una promoción de turismo orientada a la restauración y conservación de actividades culturales, declarando *el primer domingo del mes de octubre de cada año “Día de la Zona de la Ruta de las Flores de El Salvador”*, en reconocimiento a su valor cultural entre otros, como parte de nuestras tradiciones salvadoreñas. Decreto Legislativo N° 800, Diario Oficial. N° 180, Tomo 404, San Salvador, El Salvador, 3 septiembre 2014.

⁶ El programa de “*Buses Alegres*”, inició en enero de 1984 junto a otro proyecto denominado “*Caminatas Turísticas*”, ambos los oficializa el ISTU en enero de 1987; su finalidad es facilitar a las familias salvadoreñas el traslado a los Parques Recreativos y otros sitios turísticos del país, entre ellos *Ruta de Las Flores*.

⁷ El Diario de Hoy, *Diplomático EE. UU. Fue asaltado en Ruta de Las Flores*, miércoles 1 de junio 2016, p.19.

⁸ La *Ruta de Las Flores* comprende el municipio de Ahuachapán, sin embargo para este anexo no se considera ya que se toma como referencia el recorrido geográfico que se realiza el programa *Buses alegres* del ISTU.

NAHUIZALCO: Dueño de un poblado histórico de cultura *Náhuat-Pipil*, es el Portal de la *Ruta de La Ruta de Las Flores*, un pueblo sonsonateco de color y magia conocido como la *cuna del mimbres*; una tierra de emprendedores artesanos de origen indígena que cuenta con una variedad de artesanías naturales y muebles en madera, lo evidencian la diversidad de talleres artesanales que se ubican en las principales calles del casco urbano. Se encuentra a 72 Km. de San Salvador.

Nahuizalco es un pueblo cultural con tradiciones indígenas, ubicado entre cerros y coloridas montañas; pleno de historia, costumbres y leyendas. Esta cuna cultural *Náhuat-Pipil* está representada por: recursos naturales que imponen su belleza, infraestructuras arquitectónicas coloniales, laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbres para sus artesanías, pobladores fieles a sus costumbres religiosas y atención cálida con sus visitantes; *todo en un solo lugar* que junto a sus *tradiciones y cultura*, hacen de Nahuizalco un verdadero corazón turístico.



Fotografía 1. *Emprendedores y laboriosos artesanos comerciando el “Petate”, en el casco urbano de Nahuizalco.*

Comerciantes y laboriosos artesanos de origen indígena que comercializan el petate (*artesanía por excelencia*), contiguo a la Alcaldía Municipal y Plaza central del municipio. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: octubre 2016.*

Nahuizalco también cuenta con el Museo *Náhuat Pipil*, que ofrece el relato de hechos históricos de la matanza de indígenas de 1,932, acompañado de una exposición fotográfica de cómo era el municipio en la década de 1,890, evolución de artesanías de fibras naturales. Sus visitantes pueden descansar en una amplia plaza, adornado a sus alrededores de variada gastronomía y artesanías. Uno de los lugares de gran interés turístico, es *El Mercadito Nocturno* único a nivel nacional, cuenta con una gastronomía con platillos tradicionales de herencia indígena; toma vida por la noche, cuando los lugareños lo iluminan con la expresión tradicional del uso de velas o candelas para atraer a los visitantes.

Cuenta con su propia marca para darse a conocer a nivel nacional e internacional. “*Nahuizalco, tradiciones y cultura que te encantarán*”, primera marca a nivel de país. Este destino cultural recibe una afluencia mensual aproximada que varía entre 3,000 a 8,000 visitantes; dependiendo de su calendario de festejos y actividades culturales, las autoridades turísticas locales estiman un gasto promedio diario por visitante que ronda los \$10.



Anexo 3. “Ruta de Las Flores” (Sonsonate-Ahuachapán)

SALCOATITÁN: El segundo municipio de la Ruta, pertenece al departamento de Sonsonate, a 82 Km. de la capital. Limita al Norte y Este con Juayúa, al Oeste con Santa Catarina Masahuat, al Sur con este último municipio y Nahuizalco. Un pintoresco pueblo en la que destaca la Yuca.



Fotografía 2. Plaza Turística La Ceiba, Municipio de Salcoatitán, Sonsonate. Panorámica de la Plaza Turística La Ceiba, uno de los atractivos principales de este turístico municipio. *Fotografía propia de los consultores. Salcoatitán: octubre 2016.*

Una de las novedades es la atención hacia los turistas en su Plaza Turística *Quetzalcóatl*, que dispone de una diversidad de locales distribuidos en dos niveles en donde sus visitantes encontrarán artesanías y variedad de comida, principalmente a base de yuca y elote. Entre las bebidas está el jugo de piña. Entre otras atracciones se encuentra el Museo de la Imprenta y con una de las iglesias más antiguas (1,824).

JUAYÚA: Se encuentra en el corazón de la Ruta, rodeada de volcanes y verdes cafetales, en Náhuat significa “Río de Orquídeas Moradas” o “La ciudad de las Orquídeas Rojas”. Tiene un agradable clima, diversidad de historias y leyendas. Se encuentra a 84 Km. de San Salvador.



Fotografía 3. Disfrute del festival gastronómico, frente a la iglesia Cristo Negro de Juayúa. Turistas disfrutando de platillos gastronómicos nacionales cercano a la plaza central. *Fotografía propia de los consultores. Apaneca: octubre 2016.*

Es el municipio más visitado de la Ruta, su principal atractivo turístico desde hace 16 años es el Festival Gastronómico que ofrece más de un centenar de platillos acompañado de agrupaciones musicales y ferias artesanales, cada fin de semana aloja cerca de 4 mil personas. Cuenta con un recorrido por la Ruta de las Flores en el tradicional Conga Bus, y si se prefiere lo natural, los Chorros de la Calera es una opción.

APANECA: en Náhuat, significa *Río de vientos*. Pertenece al departamento de Ahuachapán, a 91 Kms de San Salvador. Cuenta con un agradable clima fresco y una belleza complejo de volcanes.



Fotografía 4. Feria artesanal en una de las principales calles de Apaneca. Comercio de artesanías locales en una feria expositiva del caso urbano de Apaneca. *Fotografía propia de los consultores. Apaneca: octubre 2016.*

Un municipio que ofrece lugares naturales y encantadores como la laguna Verde y las Ninfas. En su casco urbano se disfruta de un clima fresco que invita a las personas a recorrer sus principales calles, visitar la parroquia de San Andrés Apóstol y disfrutar de ferias artesanales y gastronómicas.

CONCEPCIÓN DE ATACO: Uno de los climas más fresco del territorio salvadoreño. Fundado por tribus Pipiles, se encuentra a 5 Km. de Apaneca, en dirección a Ahuachapán y a 100 Km de San Salvador. En idioma Náhuat, Ataco significa “*Lugar de elevados manantiales*”



Fotografía 5. Vista del comercio en una de las principales calles de Concepción de Ataco. Un municipio que encanta por sus calles de piedra, coloridas artesanías y un clima fresco. *Fotografía propia de los consultores. Apaneca: octubre 2016.*

Concepción de Ataco enamora a los turistas porque les gusta recorrer sus calles de piedra. Las piscinas de Atzumpá se suman a los atractivos turísticos, el buen café de altura y clima agradable; algunas artesanías que se ofrecen son a base de maderas originarias de Nahuizalco.

ANEXO 4. Estudio Turismo y Cultura por Organismos Internacionales

La relación del binomio *turismo y cultura*, ha sido objeto de reflexión y estudio por parte de distintos organismos internacionales interesados, quienes orientan su atención suprema en el análisis de las últimas tendencias en el turismo internacional y su incidencia; con el propósito de forjar *modelos de gestión y asociación para el desarrollo de un turismo cultural sostenible*. La **tabla 1** muestra cronológicamente por organismos internacionales vinculantes; diversos documentos que contienen recomendaciones y propuestas sobre *turismo cultural*.

Tabla 1. Documentos de Organismos Internacionales relacionados con el Turismo Cultural

Fecha	Organismo	Documentos de reflexión y estudio
1965	ICOMOS	Carta Internacional sobre la Conservación y Restauración de los Monumentos y los Sitios Histórico- Artísticos
1972	UNESCO	Convenio para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural
1975	Consejo Europa	Carta Europea del Patrimonio Arquitectónico
	ICOMOS	Resoluciones sobre conservación de pequeñas ciudades históricas
		Carta del Turismo Cultural
1980	OMT	Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial
1982		Documento de Acapulco
1985		Carta del Turismo y Código del Turista
		Consejo Europa
1987	ICOMOS	Carta Internacional para la Conservación de Poblaciones y Áreas Urbanas Históricas. Carta de las Ciudades Históricas
1992	Naciones Unidas	Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo
	AIT/FIA	Carta sobre la Ética en Turismo y Medio Ambiente
1994	Entidades Locales	Carta de las Ciudades Europeas hacia la Sostenibilidad
	OMT	Declaración de Osaka sobre Turismo
	OMT/UNESCO	Declaración de Samarkanda sobre Turismo en la Ruta de la Seda
1995		Declaración de Accra sobre el Programa de Turismo Cultural OMT-UNESCO “La Ruta de los Esclavos”
	OMT	Carta del Turismo Sostenible
1996	OMT/UNESCO	Carta de La Habana, Turismo Cultural “La Ruta de los Esclavos”
1999	OMT	Declaración de Khiva sobre el Turismo y la Conservación del Patrimonio Cultural
	ICOMOS	Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los Sitios con Patrimonio Significativo*
2000	OMT	Código Ético Mundial para el Turismo*
2009	OCDE	El Impacto de la Cultura en el Turismo*
2015	OMT/UNESCO	Primera Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura
2016		Encuesta sobre turismo cultural por parte de la OMT/UNESCO
Descripción de abreviaturas utilizadas por organismos internacionales		
ICOMOS	Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, también conocido como ICOMOS (sigla en inglés International Council on Monuments and Sites)	
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura	
OMT	Organización Mundial de Turismo (Sigla en inglés UNWTO)	
OCDE	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico	

*Este anexo comenta de forma breve, únicamente estos tres documentos; seleccionados por ser de una visión contrapuesta entre la relación *Turismo y Cultura*.

Fuente: Apud en Pulido Fernández, et.al (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, p.34.

Este anexo analiza brevemente solo tres de los documentos señalados en la tabla anterior, se han seleccionado porque contienen una visión muy diferente de cuál es la posición y cuáles son los problemas de la relación entre el *turismo* y *cultura*. El primero ellos es elaborado por un actor del sector cultural y el segundo por un actor del sector turístico.

1) “Carta Internacional sobre Turismo Cultural”¹

En octubre de 1999, el ICOMOS (*International Council on Monuments and Sites* por sus siglas en inglés) aprueba la “*Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La gestión del turismo en los lugares con patrimonio significativo*”. Carta que guía el Turismo Cultural afirmando:

“Desde que el turismo nacional e internacional se ha convertido en uno de los vehículos más importantes para el intercambio cultural, su conservación tiene que proporcionar oportunidades responsables y muy gestionadas a los integrantes de la comunidad anfitriona, así como proporcionar a los visitantes la experimentación y comprensión inmediatas de la cultura y el patrimonio de esta comunidad” (ICOMOS, 1999).

2) Código Ético del Turismo OMT (Organización Mundial del Turismo)²

La OMT, por su parte, aprueba en el año 2000 el Código Ético del Turismo, en el que se abordan varios de los dilemas que la actividad plantea. Es un documento interesante que permite observar cómo se combina la idea de protección de los bienes y manifestaciones culturales con el uso turístico. En este documento puede observarse con claridad cómo la postura es diferente desde el primer momento, cuando se habla de “recursos turísticos” en lugar de recursos culturales. El Código de la OMT dice de manera literal: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad...

3) El Impacto de la Cultura en el Turismo (OCDE)³

El Comité de Turismo de la OCDE⁴ ha realizado una extensa investigación sobre el papel de la cultura y el turismo para aumentar el atractivo de un destino, así como su competitividad. En este informe la OCDE: Se fundamenta en experiencias nacionales o regionales y prácticas de destinos donde los recursos culturales son el atractivo general y concluye que la cultura y el turismo tienen una relación mutuamente benéfica que puede fortalecer el atractivo y competitividad de los destinos, las regiones y los países. Generar una relación fuerte entre turismo y cultura puede así ayudar a los destinos a ser más atractivos además de más competitivos como lugares para vivir, visitar, donde trabajar e invertir.

Los apartados principales del informe:

- *Impactos de la cultura y el turismo en el atractivo y competitividad de los destinos*
- *Políticas y programas para cultura y turismo*
- *Conclusiones e implicaciones para las políticas de Turismo Cultural*

¹ Apud por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, por sus siglas en inglés ICOMOS (*International Council on Monuments and Sites*). La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo, 12a Asamblea General. (México 1999). Este documento se sintetiza conforme con su presentación oficial.

Cfr. http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf

² Cfr. <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>

³ En este anexo se presenta una síntesis de su estudio, la versión completa: OECD (2009), *The Impact of Culture on Tourism*, OECD, Paris, Spanish translación by the Tourism Ministry of Mexico of pp. 375, only available on Internet.

Cfr: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf> y www.oecd.org/cfe/tourism.

⁴ La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es un organismo de cooperación internacional, compuesto por 35 estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales.

ANEXO 5. Perspectivas de la OMT ante la relación *turismo y cultura*

La *Organización Mundial de Turismo (OMT)* como organismo rector mundial del turismo, advierte que la combinación de *turismo y cultura* es un motor potente atenuante de la pobreza y bienestar de los pueblos. Recientemente este organismo celebró por primera vez (*febrero de 2015*) un seminario *Internacional sobre Turismo y Cultura*¹, comprobando en su desarrollo; que el *producto cultural*, como *recurso turístico*, puede marcar la diferencia de un destino. Además, lo vital que resulta para esta práctica turística el patrimonio cultural inmaterial (*Artesanía, artes visuales, gastronomía, rituales y festividades, folklore popular, tradiciones, costumbre y expresiones de lenguajes ancestrales*).

La diversidad de enfoques en la relación *turismo y cultura*, enfatizan problemas de definición y aplicación que existen en la práctica turística. *La cultura* toca todos los aspectos de la vida humana, *todo es cultural*; bajo esta percepción: *todo el turismo se puede considerar turismo cultural*, o en otras palabras, *no se puede concebir el turismo sin cultura*. Este es un enfoque amplio y complejo para los destinos turísticos.

Ante esta perspectiva la *OMT* advierte que existen múltiples y variadas definiciones sobre *turismo cultural*, esta organización la definió en 1995 desde una perspectiva amplia²:

“Todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros”.

A partir del nuevo milenio lo define como una visión más acotada.

“Movimientos de las personas por motivaciones esencialmente culturales como los viajes de estudio, los viajes por motivos de índole artística tales como diferentes festivales de artes... y otros eventos culturales así como las visitas a los sitios y monumentos del patrimonio mundial”.

La *OMT* señala que *el turismo* en general: es responsable de que cada año se desplacen más de mil millones de personas a través de las fronteras internacionales y ofrecer posibilidades de desarrollo socioeconómico en los destinos de todo el mundo. En este sentido, la combinación *turismo y cultura* es un motor potente atenuante de pobreza y bienestar de los pueblos; por consiguiente, esta entidad orienta atención al análisis de las últimas tendencias del turismo internacional y su incidencia en el binomio *turismo y cultura*; estableciendo importancia en nuevos *modelos de gestión y asociación para el desarrollo de un turismo cultural sostenible*. Para la *OMT*, *el turismo cultural*: ha demostrado su capacidad de crear oportunidades de empleo, generar ingresos para invertir en su conservación, incrementar la competitividad, frenar el éxodo rural, y cultivar sentimiento de orgullo y autoestima entre las comunidades.

¹ Crf: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/nota_conceptual_seminario_internacional_turismo_y_cultura_sp.pdf

² Cfr: <http://americas.unwto.org/es/event/seminario-internacional-sobre-turismo-y-cultura>

A continuación se mencionan las principales acciones que está realizando la OMT sobre la relación *turismo y cultura*:

1) Primera Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura de la OMT y la UNESCO³

Denominada «*Construir una nueva alianza*», se realizó en *Siem Reap (Camboya)* en febrero 2015, donde se reunieron más de 100 países, representados por 900 participantes entre ellos: *ministros, expertos e invitados interesados*, para subrayar la necesidad de crear un nuevo modelo (***marco de colaboración***), que incluya la participación activa de las comunidades receptoras, los visitantes y los sectores público-privado. La conferencia se centró en *cómo pueden trabajar juntas* las administraciones de *turismo y cultura* para desarrollar un marco de gobernanza idóneo para un turismo cultural sostenible, que contribuya al desarrollo socioeconómico de las comunidades receptoras, promueva los intercambios interculturales, y genere recursos para la conservación del patrimonio.

En la inauguración de la conferencia, diversas personalidades en su informe manifestaron su pensar y sentir de la relación *turismo y cultura*:

Sena Padei Techo Hun Sen, Primer Ministro del Reino de Camboya, afirmó:

«Para promover el desarrollo sostenible del turismo cultural, necesitamos políticas transversales, esta Conferencia representa una importante contribución a la promoción de los futuros Objetivos de Desarrollo Sostenible a través del vínculo entre turismo y cultura».

Nassir Abdulaziz Al-Nasser, alto Representante de las Naciones Unidas, subrayó:

«La diversidad cultural ha sido reconocida como un poderoso instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio y seguirá siendo un elemento esencial de la agenda de desarrollo de las Naciones Unidas...el turismo desempeña un papel protagonista ayudando a las personas de diferentes culturas a entenderse entre sí y eliminar barreras culturales».

El Secretario General de la OMT, *Taleb Rifai*, aseveró:

«El patrimonio cultural cuenta la historia de la humanidad, cuenta nuestra historia. Si se gestiona adecuadamente, el turismo puede proteger y revitalizar este patrimonio, generar nuevas oportunidades para las comunidades locales, y fomentar la tolerancia y el respeto entre pueblos y naciones».

³ Esta conferencia reúne por primera vez a ministros de Turismo y de Cultura. Más de 900 participantes, entre ellos más de 45 ministros y viceministros de *Turismo* y de *Cultura*, expertos internacionales e invitados de 100 países se reunieron en la Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura de la OMT y la UNESCO celebrada en Siem Reap (Camboya) para explorar y promover nuevos modelos de asociación entre el turismo y la cultura (4-6 de febrero de 2015).
Cfr: [http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune-](http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune)

«En nuestras manos está que trabajemos juntos para aprovechar el verdadero potencial de esos mil millones de turistas, transformándolos en mil millones de oportunidades de contribuir al crecimiento económico inclusivo, el desarrollo social y la promoción de la agenda de sostenibilidad más allá de 2015 en todo el mundo. Confío en que esta Conferencia nos permita reforzar nuestras alianzas y colaborar más estrechamente como arquitectos de ese futuro sostenible», añadió.

«Cada turista debe ser un guardián del patrimonio mundial, un embajador del diálogo entre culturas. Por eso, la salvaguarda del patrimonio cultural debe ir de la mano del turismo sostenible».

Irina Bokova, Directora General de la UNESCO, manifestó:

«Esta es la filosofía que guía nuestros esfuerzos por promover la cultura como motor y artífice del desarrollo sostenible, algo que nunca ha sido tan importante como en esta época de cambios, cuando los países están configurando una nueva agenda mundial de desarrollo sostenible más allá de 2015».

2) El Consejo Ejecutivo de la OMT analiza los vínculos entre el turismo y la cultura⁴.

En la Habana, Cuba. (Mayo 2016); Este Consejo subrayó la necesidad de promover nuevos modelos de gobernanza para fomentar una *cooperación más estrecha entre el turismo y la cultura*, con el fin de impulsar el desarrollo sostenible del turismo cultural. Otros temas planteados durante este debate, fue el papel de las comunidades locales en el desarrollo turístico y la conservación de las culturas, así como la promoción de los eventos, las industrias creativas de la cultura que enriquecen la experiencia de turistas.

3) Encuesta sobre turismo cultural por parte de la OMT⁵.

En razón de dar seguimiento a las conclusiones de la Primera Conferencia Mundial OMT/UNESCO; la OMT ha manifestado un creciente interés por el turismo cultural, preparando encuesta para los estados miembros, la encuesta tiene por objeto:

- Explorar *qué se entiende y cómo se percibe el turismo cultural en cada país*.
- Examinar y entender las necesidades y prioridades con respecto al desarrollo del turismo cultural de cada país, así como recopilar ejemplos de buenas prácticas.

⁴ El Consejo Ejecutivo es el órgano rector de la OMT y es responsable de asegurar que la Organización realice su programa de trabajo y se ajuste al presupuesto. Se reúne por lo menos dos veces al año y está integrado por miembros elegidos por la Asamblea General de la OMT a razón de uno por cada cinco miembros efectivos. Cfr:

<http://media.unwto.org/es/press-release/2014-10-08/el-consejo-ejecutivo-de-la-omt-analiza-los-vinculos-entre-el-turismo-y-la-c>

⁵ Por la importancia de los resultados de la encuesta, es recomendable que el cuestionario sea cumplimentado por la autoridad turística gubernamental, donde cada país presentará una respuesta escribiendo a ofic@unwto.org antes del 15 de enero de 2016. La OMT utilizará y publicará la información recopilada a través de la encuesta en proyectos o en actividades llevadas a cabo para los fines oficiales de la Organización.

Cfr: <http://www2.unwto.org/fr/node/44111>

ANEXO 6. Cultura popular (*Etnografía*) de El Salvador

ETNOGRAFÍA *NÁHUAT-PIPI*L

Comprende los aspectos más relevantes de la cultura popular salvadoreña de origen *Náhuat-Pipil*

<h3>1. Religiosidad Popular</h3> <p>Conjunto de creencias acerca de Dios; y de las actitudes básicas que de esas convicciones se derivan y las expresiones que las manifiestan. Es la forma que la religión adopta en una cultura determinada. La religiosidad del pueblo es un conjunto de valores y conocimientos que responden de acuerdo a la religión.</p>		<ul style="list-style-type: none">• Festividades Religiosas: En El Salvador, son la expresión máxima de la religiosidad popular, y se manifiestan por sus “<i>Fiestas Patronales</i>”, llamadas así por estar dedicadas una vez al año al santo patrono benefactor de cada población. Esta celebración tiene vínculos de <i>identidad, sociales, familiares y económicos</i>.• Las Cofradías. Asociaciones religiosas que le profesan devoción a determinado santo patrono y se encargan de realizarle la celebración con actividades artísticas, sociales, festivas y religiosas, en la fecha según el calendario católico. El Salvador presenta cerca de 60 cofradías, Nahuizalco es una de las más complejas.• Fiestas Religiosas: presenta las siguientes festividades: "<i>Semana Santa</i>", destacándose Sonsonate, “<i>Los Conchules</i>” en Nahuizalco, <i>Día de la Cruz, Navidad, otros</i>.• Romerías o peregrinaciones. Acción de los creyentes devotos que visitan una imagen milagrosa muy visitada por personas que llegan de lugares distantes.• Ritos, Mitos y creencias religiosas. Conjunto de reglas establecidas para el culto y actos sagrados de ceremonias religiosas.	
<h3>2. Organización Social</h3> <p>Modos de comportamiento y estructura de la sociedad que mantienen relaciones ordenadas entre individuos que la forman y con otras.</p>		<ul style="list-style-type: none">• La Familia Rural: institución social básica de cualquier sociedad, con derechos y obligaciones. Este tipo de familia es la más común en El Salvador, y se define como un grupo de personas que viven normalmente en un medio agrícola o en campo.• Educación: Las normas morales, como <i>el respeto</i>, es un valor que se transmite de padres y mayores a los menores, es bien visto un hijo respetuoso. Antiguamente el sistema de obediencia era más estricto que lo que es ahora.	
<h3>4. Cocina Tradicional (<i>Gastronomía</i>)</h3> <p>Técnicas culinarias que se transmiten de generación en generación. En todos los pueblos existen cierta clase de alimentos y los materiales con los que se elaboran que son propios de una determinada región o un reflejo de la cultura cotidiana del lugar.</p>		<p>El Maíz: en El Salvador, ha jugado un papel importarte tanto en su vida material y espiritual. Antiguamente, formó parte de la dieta alimenticia y fue parte integral de sus concepciones religiosas. La cocina tradicional salvadoreña refleja una reminiscencia de los antiguos pueblos salvadoreños y sus costumbres, conservándose el Maíz tan actual como hace diez siglos o más. En la actualidad se elaboran del maíz: <i>tamales, tortillas (pan de los salvadoreños), diversos tipos de atol y bebidas como la “Chicha”</i>.</p>	
		<p>Alimentos tradicionales en El Salvador:</p> <ul style="list-style-type: none">• La Tortilla, base alimenticia del pueblo salvadoreño, es elaborada del maíz.• Los Tamales: son elaborados de la masa de maíz.• Rellenos de Tamales: los rellenos se envuelven en hojas de banano “<i>huerta</i>” o con tule, estos se rellenan de (<i>gallina, pato, cerdo, frijoles, Flor de Izote, ejote, hojas de chipilín, y son acompañados por lo general por una salsa o “Recaudo”</i>). Dependiendo del relleno así se les denomina: Chipilín (<i>ticucos</i>), tamales de elote (<i>Tayuyos o Montucas</i>), crudos de viaje (<i>Cashules</i>).	
		<p>Otros alimentos tradicionales: Chorizos, Yuca Frita y Salcochada, pupusas, pasteles, empanada, totopostes casamiento (<i>arroz revuelto de frijoles</i>) y arroz negrito (<i>arroz cocinado con sopa de frijoles</i>) y pavo horneado.</p>	
<h3>5. Medicina Tradicional Popular</h3> <p>El Salvador conserva una medicina tradicional bastante extensa y compleja en la que se combina lo mágico, lo religioso, lo supersticioso y lo científico. Comprende el tratamiento de las enfermedades, empleando plantas y hierbas con propiedades terapéuticas, acompañadas de ciertos ritos mágico-religiosos que son eficaces en la creencia de la gente.</p>		<p>Bebidas tradicionales: Las bebidas calientes más comunes en el campo son: <i>Café: éste puede ser de maíz o de café, Chocolate, El Chuco (preferentemente con maíz negro y tradicionalmente se sirve en huacales de morro)</i>. Las bebidas frías son: <i>La Chicha de Maíz (una de las bebidas más típicas), horchata, carago y ensalada</i>.</p>	
		<p>Dulces tradicionales: La fabricación de dulces es muy típico de algunos pueblos, entre los que se encuentran: Dulces de aguacayo, dulces de Manzanilla, Tortitas de camote, conserva de coco, dulces de toronja, dulces de leche, jaleas, y el Batido (<i>uno de los más comunes en las ferias populares y tradicionales, se obtiene de la miel de caña de azúcar</i>)</p>	
		<p>• Tratamiento de Enfermedades. Existe métodos de curación, ejemplos: <i>Sobos</i> (fracturas), ensalmos (medicina y un ritual), Sudores (calenturas), los baños (curación de diferentes enfermedades), Tratamiento para el susto (baños con hierba del susto).</p> <p>• Plantas Medicinales: tienen propiedades y virtudes medicinales para curar enfermedades, casi siempre se acompañan de ritos u oraciones. Ejemplo: Albahaca (<i>antianímico para mareos</i>), Ajo (<i>inflamaciones</i>), Balsamito (<i>dolores estomacales</i>), Culantro (<i>antidiarreico cólicos estomacales</i>), Limón (<i>antitusivo refrescante</i>), Mora (<i>analgésico para dolor de muelas</i>), Tempate (<i>herpes de la boca</i>), otros.</p> <p>• Defensas y Contras: Objetos utilizados para protegerse de males, daños, sustos y otros; provocados por agentes naturales, sobrenaturales o enemigos. Ejemplo: Amuletos como protección mágica (<i>Herraduras, pata de conejo...</i>), Talismán para buena suerte (<i>Brazalete, anillo, piedras, semillas...</i>), prendas para niños, religiosos, otros.</p>	

ETNOGRAFÍA *NÁHUAT-PIPI*L

Comprende los aspectos más relevantes de la cultura popular salvadoreña de origen *Náhuat-Pipil*

<p>6. Entretenimientos</p> <p>Dentro de todo el bagaje cultural que la conquista española trajo al continente americano, se encuentran diversos juegos recreativos, algunos de ellos tan antiguos que su origen se puede hallar en las civilizaciones griega y romanas.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Juegos infantiles: Existe una gran variedad de juegos infantiles tradicionales y un elemento muy característico es la personificación de seres humanos y animales, entre estos juegos se encuentran: Las rondas (<i>canto sin acompañamiento musical, salvo por unos aplausos, ejemplo se tienen la peregrina, a la víbora...de la mar, Chanchavalancha, Naranja Dulce</i>), Juegos de grupo, (<i>algunos ejemplos: La gallina ciega, arranca cebolla, ladrón librado, otros</i>)• Juegos de adulto: ciertos juegos entre los que podemos mencionar: dados, barajas, carreras de cinta, competencias, circos y otros juegos de ferias.• Juguetes tradicionales: Existen algunos juegos que sólo se pueden jugar con un objeto, se describen algunos juguetes tradicionales de El Salvador. La piscucha, el capirucho, trompo, yoyo tradicional, las chibolas, las pepas, muñeca de trapo. <p>Al observar estos juguetes, todos están elaborados con materiales accesibles, sencillos técnicos y fáciles de transmitir. Es por estas características que han sido muy populares, especialmente en la zona rural. Estos <i>juguetes tradicionales</i> sufren un rápido proceso de desaparición.</p>		
<p>7. Arte Popular</p> <p>Conjunto de obras plásticas y de otra naturaleza, tradicionales, funcionalmente satisfactorias y útiles, elaboradas por un pueblo o una cultura local o regional para satisfacer las necesidades materiales y espirituales. Su exponente principal son las <i>artesanías</i>, que existen desde hace varias generaciones y han creado un conjunto de experiencias artísticas y técnicas que las caracteriza y dan personalidad.</p>	<p>Las bellas artes incluyen los campos de: <i>pintura, escultura, arquitectura, música, danza, teatro y literatura</i>. De todos ellos, el campo de la <i>danza</i> es el arte popular salvadoreño. Arte en movimiento con una ideología representada en el lenguaje corporal y de expresión estética.</p> <table><tr><td><p>Danzas Tradicionales: expresa, de una manera simbólica, un aspecto de la realidad del núcleo tradicional popular de El Salvador. Han subsistido hasta nuestros días debido a que se realizan dentro de las festividades religiosas, No obstante su riqueza y popularidad, tiende a desaparecer.</p><ul style="list-style-type: none">• Historia de Moros y cristianos o Historiantes: es la danza más popularizada, utilizan máscaras y en la actualidad han incorporado machetes en lugar de espadas, son acompañadas de música de pito de caña y de tambor. Sus motivaciones son religiosas y espirituales</td><td><p>Instrumentos musicales</p><p>Se aprecia una reminiscencia de las antiguas costumbres pre-hispánicas; la música fue utilizada para sus ceremonias rituales y para otras actividades importantes de su vida como el casamiento, ceremonias de iniciación, otros. Antiguamente se utilizaron instrumentos como tambores, carapacho de tortuga, maracas o instrumentos de viento como flautas, pitos, pito-flautas, caracoles y trompetas, muchos de los cuales tenían un carácter simbólico como los caracoles, representando la fertilidad.</p></td></tr></table>	<p>Danzas Tradicionales: expresa, de una manera simbólica, un aspecto de la realidad del núcleo tradicional popular de El Salvador. Han subsistido hasta nuestros días debido a que se realizan dentro de las festividades religiosas, No obstante su riqueza y popularidad, tiende a desaparecer.</p> <ul style="list-style-type: none">• Historia de Moros y cristianos o Historiantes: es la danza más popularizada, utilizan máscaras y en la actualidad han incorporado machetes en lugar de espadas, son acompañadas de música de pito de caña y de tambor. Sus motivaciones son religiosas y espirituales	<p>Instrumentos musicales</p> <p>Se aprecia una reminiscencia de las antiguas costumbres pre-hispánicas; la música fue utilizada para sus ceremonias rituales y para otras actividades importantes de su vida como el casamiento, ceremonias de iniciación, otros. Antiguamente se utilizaron instrumentos como tambores, carapacho de tortuga, maracas o instrumentos de viento como flautas, pitos, pito-flautas, caracoles y trompetas, muchos de los cuales tenían un carácter simbólico como los caracoles, representando la fertilidad.</p>
<p>Danzas Tradicionales: expresa, de una manera simbólica, un aspecto de la realidad del núcleo tradicional popular de El Salvador. Han subsistido hasta nuestros días debido a que se realizan dentro de las festividades religiosas, No obstante su riqueza y popularidad, tiende a desaparecer.</p> <ul style="list-style-type: none">• Historia de Moros y cristianos o Historiantes: es la danza más popularizada, utilizan máscaras y en la actualidad han incorporado machetes en lugar de espadas, son acompañadas de música de pito de caña y de tambor. Sus motivaciones son religiosas y espirituales	<p>Instrumentos musicales</p> <p>Se aprecia una reminiscencia de las antiguas costumbres pre-hispánicas; la música fue utilizada para sus ceremonias rituales y para otras actividades importantes de su vida como el casamiento, ceremonias de iniciación, otros. Antiguamente se utilizaron instrumentos como tambores, carapacho de tortuga, maracas o instrumentos de viento como flautas, pitos, pito-flautas, caracoles y trompetas, muchos de los cuales tenían un carácter simbólico como los caracoles, representando la fertilidad.</p>		
<p>8. Tradición Oral (<i>Folklore Literario</i>)</p> <p>Son todos los testimonios orales, narrados, concernientes al pasado, transmitidos de boca en boca por el leguaje. Es un fenómeno viviente, profundamente engarzado en la cotidianidad del grupo social. Muestra la conciencia colectiva de un pueblo. Su contenido se transforma cada vez que se expresa.</p>	<table><tr><td><p>Folklore literario: abarca diversos géneros como <i>cuentos, leyendas, casos</i>, constituyen parte de la tradición oral y son expresiones comunes en el país.</p><ul style="list-style-type: none">• Cuento Folclórico: narración de carácter tradicional y anónima, de contenido ficticio y de hechos irreales, cuyo fin es entretener y enseñar. (<i>Cuentos de compadres, animales, picarescos, religiosos</i>)• Leyendas: Es una narración irreal pero con huellas de verdad, sobre temas de héroes de la historia patria, de seres mitológicos varios. Su finalidad es tratar de explicar hechos extraordinarios o sorprendentes, pero referidos como verídicos. Representan sus concepciones ideológicas mito-religiosos a los que están vinculados. Ejemplos: <i>la Ciguanaba, el Cipitío, el cadejo, la carreta chillona</i>, otros.• Chistes: son dichos agudos y graciosos</td><td><p><i>adivanzas, chistes, trabalenguas, bombas, refranes</i>. Estas formas</p><ul style="list-style-type: none">• Adivanzas: una forma de entretenimiento popular, haciendo gala del ingenio, tanto en su modalidad de acertijo o si adivina la respuesta.• Bombas: Son exclamaciones o palabras que se pronuncian y que en su forma encierra alguna métrica literaria.• Trabalenguas: son palabras o frases difíciles de pronunciar• Refranes: son dichos agudos, discretos, famosos; generalmente con un profundo sentido moralizador, nacidos de la sabiduría popular.• Creencias: proposiciones dadas por cierto, generalmente heredadas de generación en generación, ejemplo:(religiosas, agricultura, astrología, otros).</td></tr></table>	<p>Folklore literario: abarca diversos géneros como <i>cuentos, leyendas, casos</i>, constituyen parte de la tradición oral y son expresiones comunes en el país.</p> <ul style="list-style-type: none">• Cuento Folclórico: narración de carácter tradicional y anónima, de contenido ficticio y de hechos irreales, cuyo fin es entretener y enseñar. (<i>Cuentos de compadres, animales, picarescos, religiosos</i>)• Leyendas: Es una narración irreal pero con huellas de verdad, sobre temas de héroes de la historia patria, de seres mitológicos varios. Su finalidad es tratar de explicar hechos extraordinarios o sorprendentes, pero referidos como verídicos. Representan sus concepciones ideológicas mito-religiosos a los que están vinculados. Ejemplos: <i>la Ciguanaba, el Cipitío, el cadejo, la carreta chillona</i>, otros.• Chistes: son dichos agudos y graciosos	<p><i>adivanzas, chistes, trabalenguas, bombas, refranes</i>. Estas formas</p> <ul style="list-style-type: none">• Adivanzas: una forma de entretenimiento popular, haciendo gala del ingenio, tanto en su modalidad de acertijo o si adivina la respuesta.• Bombas: Son exclamaciones o palabras que se pronuncian y que en su forma encierra alguna métrica literaria.• Trabalenguas: son palabras o frases difíciles de pronunciar• Refranes: son dichos agudos, discretos, famosos; generalmente con un profundo sentido moralizador, nacidos de la sabiduría popular.• Creencias: proposiciones dadas por cierto, generalmente heredadas de generación en generación, ejemplo:(religiosas, agricultura, astrología, otros).
<p>Folklore literario: abarca diversos géneros como <i>cuentos, leyendas, casos</i>, constituyen parte de la tradición oral y son expresiones comunes en el país.</p> <ul style="list-style-type: none">• Cuento Folclórico: narración de carácter tradicional y anónima, de contenido ficticio y de hechos irreales, cuyo fin es entretener y enseñar. (<i>Cuentos de compadres, animales, picarescos, religiosos</i>)• Leyendas: Es una narración irreal pero con huellas de verdad, sobre temas de héroes de la historia patria, de seres mitológicos varios. Su finalidad es tratar de explicar hechos extraordinarios o sorprendentes, pero referidos como verídicos. Representan sus concepciones ideológicas mito-religiosos a los que están vinculados. Ejemplos: <i>la Ciguanaba, el Cipitío, el cadejo, la carreta chillona</i>, otros.• Chistes: son dichos agudos y graciosos	<p><i>adivanzas, chistes, trabalenguas, bombas, refranes</i>. Estas formas</p> <ul style="list-style-type: none">• Adivanzas: una forma de entretenimiento popular, haciendo gala del ingenio, tanto en su modalidad de acertijo o si adivina la respuesta.• Bombas: Son exclamaciones o palabras que se pronuncian y que en su forma encierra alguna métrica literaria.• Trabalenguas: son palabras o frases difíciles de pronunciar• Refranes: son dichos agudos, discretos, famosos; generalmente con un profundo sentido moralizador, nacidos de la sabiduría popular.• Creencias: proposiciones dadas por cierto, generalmente heredadas de generación en generación, ejemplo:(religiosas, agricultura, astrología, otros).		
<p>9. Lenguaje Popular (<i>Náhuat-Pipil</i>)</p> <p>A través del lenguaje puede apreciarse la psicología de un pueblo y su grado de complejidad. El contenido del lenguaje está íntimamente relacionado con la cultura; y fluyen generalmente por cauces paralelos. El lenguaje se caracteriza por ser cambiante, de acuerdo a nuevas influencias o a modificaciones internas.</p>	<table><tr><td><p>Folklore lingüístico: estudio del lenguaje oral popular y el lenguaje mímico. Dentro del lenguaje oral popular se observan las siguientes subdivisiones: <i>regionalismos, modismos, toponimia, y otros géneros</i>".</p><p>Nahualismos: lenguaje popular salvadoreño compuesto de gran número de palabras de origen <i>Náhuat-Pipil</i> o Nahualismos. El <i>Náhuat</i> fue españolizado adaptando fonemas propios o el castellano fue Nahuatizado adoptando palabras españolas a la lengua indígena. Los Nahualismos podrían verse como vicios de Dicción en la medida que alteran el idioma castellano. No obstante, el resultado de una adaptación entre dos culturas, que en lugar de deformar el castellano, lo ha enriquecido, mostrando una forma diferente de pensamiento</p><p>Ejemplos: <i>Apachar</i> (<i>pachoa: aplastar</i>), <i>Cipitío</i> (<i>Tzipit:niño enfermo</i>), <i>Petate</i> (<i>Petat: estera</i>).</p></td><td><p>Toponimia: estudio de nombres propios de lugar. Gran parte de los nombres salvadoreños de lugares, cerros, lagunas, valles, caseríos, ciudades, entre otros, son de origen <i>Náhuat-Pipil</i>. Ejemplos. Acahuapa (Acat: caña, Hua: abundancia); Acelhuate (Aselhuía: regar; At: agua de riego) Nahuizalco (Nahui: Cuatro; Izalco (Its: obsidiana, Sahl: Arena Co. En lugar : lugar de arena negra)</p></td></tr></table>	<p>Folklore lingüístico: estudio del lenguaje oral popular y el lenguaje mímico. Dentro del lenguaje oral popular se observan las siguientes subdivisiones: <i>regionalismos, modismos, toponimia, y otros géneros</i>".</p> <p>Nahualismos: lenguaje popular salvadoreño compuesto de gran número de palabras de origen <i>Náhuat-Pipil</i> o Nahualismos. El <i>Náhuat</i> fue españolizado adaptando fonemas propios o el castellano fue Nahuatizado adoptando palabras españolas a la lengua indígena. Los Nahualismos podrían verse como vicios de Dicción en la medida que alteran el idioma castellano. No obstante, el resultado de una adaptación entre dos culturas, que en lugar de deformar el castellano, lo ha enriquecido, mostrando una forma diferente de pensamiento</p> <p>Ejemplos: <i>Apachar</i> (<i>pachoa: aplastar</i>), <i>Cipitío</i> (<i>Tzipit:niño enfermo</i>), <i>Petate</i> (<i>Petat: estera</i>).</p>	<p>Toponimia: estudio de nombres propios de lugar. Gran parte de los nombres salvadoreños de lugares, cerros, lagunas, valles, caseríos, ciudades, entre otros, son de origen <i>Náhuat-Pipil</i>. Ejemplos. Acahuapa (Acat: caña, Hua: abundancia); Acelhuate (Aselhuía: regar; At: agua de riego) Nahuizalco (Nahui: Cuatro; Izalco (Its: obsidiana, Sahl: Arena Co. En lugar : lugar de arena negra)</p>
<p>Folklore lingüístico: estudio del lenguaje oral popular y el lenguaje mímico. Dentro del lenguaje oral popular se observan las siguientes subdivisiones: <i>regionalismos, modismos, toponimia, y otros géneros</i>".</p> <p>Nahualismos: lenguaje popular salvadoreño compuesto de gran número de palabras de origen <i>Náhuat-Pipil</i> o Nahualismos. El <i>Náhuat</i> fue españolizado adaptando fonemas propios o el castellano fue Nahuatizado adoptando palabras españolas a la lengua indígena. Los Nahualismos podrían verse como vicios de Dicción en la medida que alteran el idioma castellano. No obstante, el resultado de una adaptación entre dos culturas, que en lugar de deformar el castellano, lo ha enriquecido, mostrando una forma diferente de pensamiento</p> <p>Ejemplos: <i>Apachar</i> (<i>pachoa: aplastar</i>), <i>Cipitío</i> (<i>Tzipit:niño enfermo</i>), <i>Petate</i> (<i>Petat: estera</i>).</p>	<p>Toponimia: estudio de nombres propios de lugar. Gran parte de los nombres salvadoreños de lugares, cerros, lagunas, valles, caseríos, ciudades, entre otros, son de origen <i>Náhuat-Pipil</i>. Ejemplos. Acahuapa (Acat: caña, Hua: abundancia); Acelhuate (Aselhuía: regar; At: agua de riego) Nahuizalco (Nahui: Cuatro; Izalco (Its: obsidiana, Sahl: Arena Co. En lugar : lugar de arena negra)</p>		

Fuente: **Elaboración propia, Apud;** Ministerio de Cultura y Comunicaciones. Departamento de Etnografía. *Etnografía de El Salvador* Primera edición. Dirección de Publicaciones del Ministerio de Cultura y Comunicaciones. San Salvador 1985

ANEXO 7. La cultura en la conformación de los destinos turísticos

Bajo una perspectiva geográfica, *los destinos* constituyen el componente central del Sistema Turístico. El *atractivo turístico* de un lugar, está determinado en buena medida, por el papel crucial de los recursos turísticos. En este anexo se aborda el papel de *la cultura* en la conformación de los destinos turísticos: a partir de las motivaciones de viaje, las actividades realizadas en el lugar; la apuesta como factor de renovación del atractivo tradicional y la diferenciación respecto a destinos competidores.

1. El papel de la cultura en la conformación de los destinos turísticos

De acuerdo con la perspectiva de la Organización Mundial de Turismo (OMT), el destino turístico es el lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico. Pulido Fernández, *et al.* (2013), lo configura como: “*El área geográfica que sustenta la experiencia turística y constituye el ámbito territorial donde los impactos del turismo se dejan sentir con mayor intensidad*” (p. 204). Estas apreciaciones, denotan una configuración física del destino que puede adoptar diferentes formas y escalas, desde núcleos y localidades aislados, hasta regiones amplias que integran varios estados, municipios o poblados (Ejemplo *La Ruta de Las Flores*). Los límites de los destinos varían en función de criterios en su formulación o interés (*La Ruta Náhuat-Pipil, es de interés el rescatar y conservar sus costumbres y tradiciones*).

El atractivo turístico de un lugar, y por lo tanto sus posibilidades de transformarse en un destino de éxito, dependen de un conjunto amplio de factores, diversos expertos en turismo coinciden en los siguientes: *la accesibilidad, voluntad de desarrollar el turismo por parte de los agentes implicados (población local, administración e industria turística), calidad escénica y sus recursos turísticos*. Esta consultoría atiende según los recursos de cada lugar, dos caracterizaciones como criterios esenciales en la conformación de los destinos turísticos culturales¹:

1) La cultura en la conformación de los destinos

La siguiente figura advierte como *la cultura* ocupa una posición variable, dependiendo de la potencia del conjunto de recursos en juego.

Figura. *La cultura en la confirmación de los destinos turísticos*



Fuente: *Elaboración propia, Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.204.

¹ Resulta difícil describir cada lugar a un tipo específico de destino, de igual forma resulta complejo asociar a cada visitante con una modalidad específica de viaje que atienda a la motivación principal del desplazamiento.

2) La relación de los turistas como *objeto/destino* de visita

La siguiente tabla atiende a la relación de los turistas con el lugar que actúa como *objeto/ destino* de su visita, el panorama se hace más complejo.

Tabla. *Relación de los turistas con el lugar que actúa como objeto/destino*

<i>Relación de turistas con el destino</i>	<i>Objeto/ destino de su visita</i>
Primer nivel	Los visitantes optan por un tipo de destino en función de la motivación de su viaje, en este caso una motivación cultural , de aprendizaje y contacto con el lugar.
Segundo nivel	Con independencia de las motivaciones, la relación que se establece entre el visitante y el lugar se asienta sobre las prácticas y actividades turísticas en el destino de su visita.

Fuente: *Elaboración propia, Apud* Recuperado de: Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.204.

De acuerdo con estos planteamientos, en la siguiente tabla Pulido Fernández, *et al.* (2013:p.205), expone los siguientes destinos turísticos:

Tabla. *Tipos de destinos turísticos culturales*

Relación de turistas con el destino cultural	Descripción de la relación de los turistas con el lugar que actúa como sujeto/destino
<i>Destino turístico Cultural</i> <i>Las ciudades históricas como espacios de dominante patrimonial y destinos de base cultural</i>	<p><i>Ciudad histórica:</i> aquella ciudad donde el patrimonio, estructurado en forma de casco antiguo, constituye el núcleo de su identidad e imagen urbana. Se caracteriza por:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Su consideración como <i>destino de base cultural</i> deriva de la capacidad de atracción de su entramado patrimonial. • La cultura y específicamente el patrimonio están en la base de la mayor parte del flujo de visitantes asociado a estas ciudades. • Se diferencian en tres grandes categorías: <i>ciudades muertas, testimonios arqueológicos del pasado y ciudades históricas vivas.</i> • El sistema tradicional se centra en los guías turísticos que trabajan con los visitantes en viaje colectivo, generalmente circuitos. • La medición de su impacto económico pasa por determinar el gasto turístico: <i>número de visitantes, duración de estancia y el gasto medio diario.</i>
<i>Destinos con prácticas culturales no sustentadas en motivación cultural primaria</i> <i>Las grandes aglomeraciones urbanas como espacios culturales complejos y destinos de atractivo cultural complementario</i>	<p>Conforme una ciudad se hace más grande, su perfil turístico se hace más complejo, aumenta la gama de elementos del entramado urbano capaces de atraer visitantes y, de forma paralela, las motivaciones de éstos se diversifican; donde <i>el turismo es una actividad más y no necesariamente la más importante.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • El componente cultural es sólo uno de los componentes del turismo, de ahí su consideración como destinos de atractivo cultural complementario. • La vitalidad urbana se manifiesta en la potencia de la cultura no patrimonial, aquellas manifestaciones de recreación y nueva cultura. • La cultura como vector de desarrollo urbano, permite captar la atención del exterior y situar la ciudad en el mapa mental de los potenciales inversores, residentes y visitantes. • La oferta cultural se apoya en una programación muy amplia y diversificada, que en función de su articulación temporal y la perspectiva del destino; se diferencian tres tipos: <i>Oferta permanente, temporales e iniciativas puntuales.</i> • En cuanto al gasto turístico, es probablemente el más elevado de los distintos tipos de destinos donde se desarrolla el turismo cultural.

Fuente: *Elaboración propia, Apud* Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.209-229.

2. Destinos urbanos y su producto cultural

El turismo urbano y la cultura han intentado establecer las relaciones existentes entre los *productos turístico-culturales* característicos de un destino y el tipo urbano al que se adscribe cada localidad, para ello, se consideran tres tipos de recursos de base cultural: **Patrimonio** (*vinculado con la memoria histórica*); **Arte** (*manifestaciones dramáticas y visuales*); y las **Industrias creativas** (*integran diseño, moda, la publicidad, otros*). El modelo se expone en la siguiente *tabla*.

Tabla. Clasificación de ciudades o cascos históricos (tipo urbano y su producto cultural).

		Tipo de lugar (dimensiones, complejidad y rango urbano creciente)			
		Pueblo	Pequeña Ciudad	Ciudad media y grande	Metrópoli
Tipo de producto (adición progresiva de elementos)	Patrimonio	Bloque 1			
	Patrimonio + arte		Bloque 2		
	Patrimonio + arte + Industrias creativas			Bloque 3	

Elaboración propia: Adaptado de Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.218.

De acuerdo con esta formulación, conforme aumenta *el tamaño y rango urbano* de la ciudad van apareciendo *perfiles turístico-culturales más complejos*. Así, las localidades pequeñas basan su atractivo exclusivamente en *el patrimonio*, las ciudades medias integran *patrimonio y arte contemporáneo*, y las grandes aglomeraciones integran su atractivo conjuntamente en el *patrimonio*, las *manifestaciones artísticas* de la contemporaneidad y las producciones vinculadas a las *industrias creativas*.

3. Lo rural como espacio turístico en perspectiva cultural

Buena parte de los flujos del turismo cultural se asocian con espacios urbanos. No obstante, *la cultura está presente en muchos otros ámbitos (espacios rurales, centros litorales e incluso áreas naturales)*, en buena medida como *atractivo turístico adicional*, elemento que refuerza el atractivo global del destino. Si se atiende a las razones de viaje aducidas por los visitantes, la motivación estrictamente cultural es minoritaria, en todo caso muy inferior a las prácticas *turístico-culturales* una vez en destino. Frente a lo urbano, las áreas rurales y naturales forman un *continuum* de difícil lectura para buena parte de los turistas. Lo *rural* aparece como una categoría opuesta a la ciudad, lugar de donde procede la mayor parte de los visitantes², y más allá del patrimonio edificado, el atractivo turístico de los núcleos rurales se basa en la existencia de un *patrimonio inmaterial* estrechamente asociado por los visitantes con las tradiciones del mundo rural. Así, la *gastronomía* entronca con los aprovechamientos agropecuarios locales. Y las fiestas, muchas declaradas de interés turístico, permiten una participación en los ritos de la comunidad local susceptible de ir más allá de la simple asistencia como espectadores a un evento de interés cultural.

² En algunos países, lo *rural* es una *creación cultural*, una interpretación de las condiciones naturales en clave agraria y de acuerdo a distintos marcos *histórico-culturales*. Incluso en las áreas de dominante natural, *la cultura está presente en función de los grupos humanos que las habitan*. En todo caso la aproximación a estos espacios permite al visitante un acercamiento a *la cultura como expresión de vida total*, que abarca expresiones como los paisajes, la arquitectura y el patrimonio oral.

En diversidad de países de América Latina y la región Centroamericana, el turismo de base rural está menos desarrollado, en buena medida por la debilidad de la *demanda turística interna* que constituye el núcleo del turismo rural. El flujo turístico de larga distancia es minoritario y, en muchas ocasiones, se plantea en términos de *turismo responsable*, *turismo solidario*, *turismo étnico e incluso ecoturismo*. En este sentido, desde el ámbito del desarrollo rural se impulsan diferentes iniciativas de *turismo comunitario*³, un turismo de base local protagonizado por los pueblos indígenas y comunidades rurales; donde antropológicamente *la cultura* aparece en su concepción más amplia e integral; ya que recoge la voluntad de que *la cultura* de las comunidades rurales permanezca viva y auténtica, en sus diferentes manifestaciones y tradiciones.

4. La cultura como atractivo emergente de los destinos costeros

La cultura además de ser uno de los referentes básicos del turismo moderno, al menos durante buena parte de su desarrollo en los dos últimos siglos; ha sido motivo central del desplazamiento hacia los destinos turísticos. Sus inicios están marcados por intrépidos viajeros interesados por el pasado y sus manifestaciones más notables. La asociación entre *cultura* y *turismo* se rompe con el nacimiento y expansión del turismo de masas focalizado sobre los mares cálidos. Aunque la cultura sigue siendo un atractivo importante, durante décadas se tiende en asociar turismo con *turismo de sol y playa*; un flujo turístico unidireccional, donde el elemento central es la garantía de sol a las clases populares.

Con el paso del tiempo buena parte de los destinos han alcanzado una situación de *madurez*, condición que es perceptible desde finales de los años ochenta, Pulido Fernández, *et al.* (2013:p.227), argumenta dos factores básicos sobre este suceso:

- 1) Cambios en las actitudes y comportamiento de una parte significativa de la demanda, cuyos requerimientos ya no resultan acordes con los espacios turísticos contruidos de acuerdo a las lógicas turísticas de décadas pasadas.
- 2) Se produce en paralelo la activación turística de nuevas áreas receptoras, que ofrecen singularidad, calidad ambiental y servicios a precios competitivos.

En este contexto, *la cultura* deviene en un atractivo cada vez más importante en la competitividad de los destinos turísticos de *sol y playa*. En las costas de países desarrollados constituye una línea de actuación dentro de las estrategias generales de reestructuración del *producto-destino*. En las zonas turísticas de más reciente activación, es uno de los elementos considerados dentro de las macroactuaciones de creación de espacio turístico, así como un referente importante en las estrategias de comunicación y comercialización turística. Ciertamente, los visitantes potenciales no van a acudir a este tipo de destinos por su atractivo cultural, sin embargo, la ausencia de elementos que posibiliten la realización de una serie de prácticas *turístico-culturales* repercutirá negativamente en la imagen y competitividad de ese destino, susceptible de ser percibido como un lugar que no ofrece posibilidades u opciones de diferente tipo a un turista cada vez más activo. Un modelo diferenciado corresponde a aquellas zonas de desarrollo reciente del turismo litoral donde el patrimonio constituye un referente y marca de distinción, incluso mayor singularidad presenta el desarrollo de productos que combinan circuitos culturales con estancias en núcleos costeros⁴.

³ *El Turismo rural Comunitario*: iniciativa amparada por la Red de Turismo Comunitario de América Latina, auspiciada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y Organización mundial de Turismo (OMT).

⁴ El *Puerto de La Libertad*, uno de los destinos costeros preferidos por los salvadoreños, incursiona en prácticas turísticas culturales (*gastronomía, artesanía, festividades, otros*) que vuelven un lugar más atractivo para sus visitantes.

ANEXO 8. Turismo Cultural Sostenible

El concepto de un *turismo responsable sostenible* deriva del concepto de *desarrollo sostenible*¹, la responsabilidad está ligada a las decisiones personales de los actores de la práctica turística y de los viajeros, la *sostenibilidad* es un aspecto sectorial (*económica, sociocultural y medioambiental*) ligada a un modelo y con una visión a largo plazo que satisface las necesidades del presente y del futuro.

En 1998, la OMT definió el turismo sostenible de la siguiente manera:

«El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida».

Para el año 2006, la misma entidad rectora del turismo, define la práctica turística sostenible como:

«El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas».

Bajo esta perspectiva, el *turismo sostenible* debe²:

- Conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus activos culturales, valores tradicionales, entendimiento y tolerancia intercultural.
- Asegurar actividades económicas a largo plazo, que reporten a las comunidades: empleo estable, obtención de ingresos y servicios sociales que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Estas relaciones positivas reflejan lo expuesto en un informe anterior de la OMT sobre el desarrollo del patrimonio cultural y el turismo, que afirma lo siguiente³:

Sobre el desarrollo del patrimonio cultural y el turismo, la OMT (2001) afirma:

«Cultura y turismo mantienen una relación simbólica. Las actividades artísticas y artesanales, la danza, los rituales y las leyendas que corren el riesgo de caer en el olvido entre las nuevas generaciones que pueden reactivarse si los turistas muestran gran interés por ellas. Los monumentos y las reliquias culturales pueden preservarse haciendo uso de los fondos generados por el turismo. De hecho, los monumentos y las reliquias que se han abandonado se encuentran en mal estado debido a la falta de visitas».

Sin embargo, el mismo informe resalta los posibles peligros de la mercantilización:

«La cultura y el turismo deben apoyarse el uno al otro con el fin de mantener una relación sostenible. A fin de cultivar esta reciprocidad, los sectores público y privado deben colaborar plenamente y trabajar codo con codo con las comunidades locales».

¹ Surgió en la *Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo* (Comisión Brundtland 1987). En su informe se definió el desarrollo sostenible como aquel que «[...] satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades».

² Organización Mundial del Turismo (2016), *Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*, p.24.

³ *Idem*, p.25

El Secretario General de la OMT, *Taleb Rifai*, utiliza argumentos parecidos en su reciente discurso en la Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura de la OMT y la UNESCO⁴, subrayando:

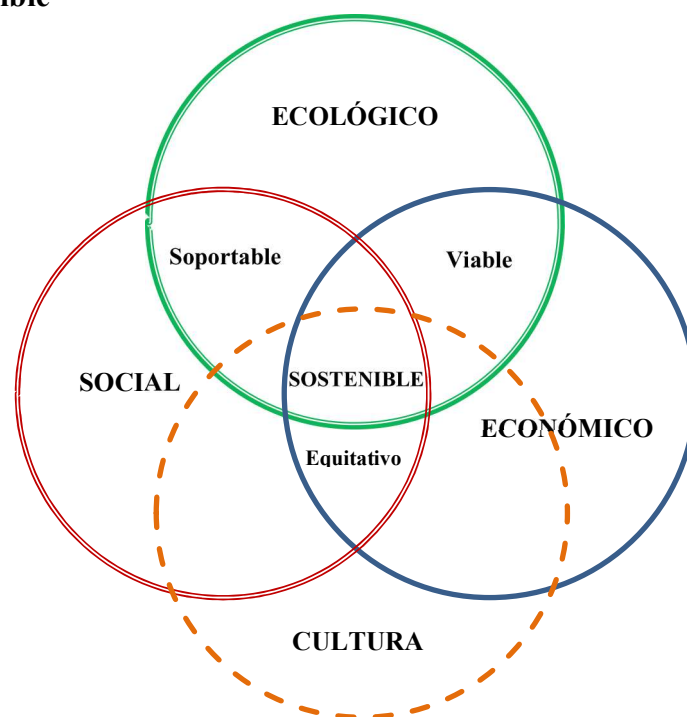
- El uso responsable de los activos culturales con fines turísticos genera oportunidades de empleo e ingresos para las comunidades locales.
- Desarrollo y estabilidad social, colocando a las personas en contacto con diferentes identidades étnicas, religiones y estilos de vida, lo que refuerza el entendimiento y el respeto mutuo.
- La protección y la conservación del patrimonio mediante un turismo gestionado de manera responsable que fomente la educación entre turistas y comunidades receptoras.

1. Pilares del Turismo Cultural sostenible

Tradicionalmente, los tres pilares del turismo sostenible descansan en: **ambiental o ecológico** (*Busca el respeto a los ecosistemas*), **social** (*satisfacer necesidades asociadas a la calidad de vida de la sociedad*) y **económico** (*PIB per cápita*) o alguna medida relacionada con ésta.

Las tendencias del *turismo sustentable o sostenible* pueden resumirse:: *Preferencia por viajes con el menor impacto ambiental, elegir destinos sobre la base de sus atractivos naturales promoviendo su conservación, interés sobresaliente en la cultura con disposición de pagar un precio elevado si constituye mayor beneficio a la comunidad local.*

El desarrollo de la sustentabilidad es un proceso de mejoría *económica y social* que satisface las necesidades de todos los grupos interesados. Además se debe de tomar en cuenta cuatro factores que son esenciales en la sustentabilidad: lo *ecológico, social, cultural y económico*. Y su relación con el turismo.



Fuente: Adaptación Apud:
<http://andrespinosag.blogspot.com/2015/10/sustentabilidad-pobreza-y-turismo.html>

Esta visión donde el turismo constituye una *relación* entre los procesos *medioambientales, culturales, sociales y económicos* refleja el **enfoque que desempeña la cultura en el CUARTO PILAR de la sostenibilidad**. Por lo tanto, el *turismo cultural sostenible* representa una oportunidad única de utilizar la *cultura* para vincular la práctica turística, con el fin de fomentar formas más sostenibles de consumo y producción de servicios turísticos. El turismo sostenible no solo gira en torno a la conservación de recursos, sino que también tiene en cuenta la calidad de vida turistas y comunidad local⁵.

⁴ Cfr: <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune->

⁵ En la *declaración para el Turismo Cultural Sostenible mundial*, ambas organizaciones: Consejo Internacional de Mueos (ICOM), y Federación Mundial de Amigos de los Museos (WFFM); defienden, firmemente, que “Las políticas turísticas deben ser enfocadas respetando y conservando el patrimonio cultural, con el fin de protegerlo y transmitirlo a las generaciones futuras ...

Cfr: http://www.ecoturismo.org/wordpress/wp-content/uploads/Declaracion_Turismo_Cultural_Sostenible.pdf

Cfr: <http://cartamundialdeturismosostenible2015.com/wp-content/uploads/2016/05/Carta-Mundial-de-Turismo-Sostenible-20.pdf>

2. El Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo 2017

La Organización Mundial del Turismo (OMT) inicia el *Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo 2017*, enfatizando el inmenso potencial del turismo para el desarrollo de todos los países en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la necesidad continuar avanzando hacia un sector más sostenible que redunde en el beneficio de las comunidades locales, y la preservación de los valores culturales y naturales⁶. Esta designación está relacionado con el documento “*Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*”; resuelto por las Naciones Unidas en agosto 2015, como parte de su agenda para el desarrollo después de 2015.

Este informe reconoce que la erradicación de la pobreza en todas sus formas y dimensiones, es el mayor desafío a que se enfrenta el mundo y constituye un requisito indispensable para el desarrollo sostenible. El documento enumera 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas que demuestran la magnitud de esta ambiciosa agenda universal durante los próximos 15 años⁷. Estos ODS son de carácter integrado e indivisible y conjugan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: *económica, social y ambiental*. A continuación se describen a nivel resumen los ODS⁸:

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas
2. Poner fin al hambre, seguridad alimentaria y mejora de la nutrición y agricultura sostenible
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos
4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas
6. Garantizar la disponibilidad de agua, su gestión sostenible y el saneamiento
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
10. Reducir la desigualdad en y entre los países
11. Lograr ciudades y asentamientos inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
14. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos
15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de ecosistemas, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica
16. Promover sociedades e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles
17. Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza para el Desarrollo Sostenible

⁶ 2017 es el declarado *Año Internacional del Turismo Sostenible*, declarado en diciembre de 2015 por la Asamblea General de Naciones Unidas. en el avance hacia la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Cfr: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/69/L.85>

⁷ Estos ODS, tendrán carácter integrado e indivisible, de alcance mundial y aplicación universal, tienen en cuenta las diferentes realidades, capacidades y niveles de desarrollo de cada país y respetan sus políticas y prioridades nacionales. Cada gobierno decidirá la forma de incorporarlas en los procesos de planificación, las políticas y las estrategias nacionales.

⁸ Cfr: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

ANEXO 9. Turismo Naranja: una forma diferente de percibir el turismo cultural

En los últimos tres años ha sido normal considerar que el *Turismo Naranja* es una nueva manera de llamarle al Turismo Cultural, sin embargo no es así. Todo el Turismo Cultural puede ser Naranja, pero no todo el Turismo Naranja es cultural, este anexo explica brevemente esta peculiaridad.

1. ¿Qué es la *economía Naranja*?

La economía naranja es conocida como *economía creativa* o *industria creativa*, es el sector de la economía que involucra la generación de ideas y conocimiento. Su alcance se concentra esencialmente en la industria cultural (*arte, entretenimiento, arquitectura, publicidad, gastronomía, artesanía, entre otros*) y la economía del conocimiento (*educación, investigación y desarrollo, alta tecnología, informática, entre otros*)¹. Este tipo de economía donde *la cultura y la creatividad* son sus materias primas, se convierte en una herramienta de desarrollo y crecimiento económico, generando empleos, inclusión social y diversidad cultural.

Para la UNESCO existen 6 distintos sectores en los que se desarrolla la economía Creativa o Naranja. Éstos se dividen en tres grupos principales:

1. ***Herencia cultural: (Patrimonio natural y cultural:*** museos, paisajes culturales, sitios históricos y gastronomía)
2. ***Creatividad y medios: (Artes visuales y artesanía, libros y prensa, Medios audiovisuales y Presentaciones artísticas y celebraciones:*** festivales, festividades y ferias).
3. ***Creaciones funcionales: (Moda y diseño gráfico:*** paisajismo, otros)

Una de las características más importantes de la economía naranja, es el sustento de su desarrollo en *la cultura*, ya que crea una fusión entre la misma y la economía, explotando así los valores y principios que ambos tienen que ofrecer. Este comportamiento ***Cultura + Economía***², abre un campo muy amplio de posibilidades infinitas y su potencial de generación de riqueza y empleos; basada en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y la herencia cultural. Ante estas particularidades positivas *¿Por qué la Economía Naranja reciba tan poca atención del público en general y de los gobiernos en particular?*

¹ Desde el año 2001 el economista John Howkins, manifestó en su libro *La economía creativa, transformar una idea en beneficios*, que la *economía creativa* “es una economía en la que la gente se dedica, se preocupa y reflexiona sobre su capacidad de generar ideas”, por ello se considera el padre de la economía naranja.

² Normalmente, solo podemos ver una de las caras a la vez, lo que limita nuestra habilidad para comprender lo estrecho de su relación, una correspondencia que la moneda en sí misma es una de las creaciones más maravillosas de ambas.

Ante esta dificultad, las razones sobran: *La economía naranja es compleja, la relación cultura y economía no es evidente y desconocida su cuantificación, escasa información, no suele comunicarse, la falta de diseño de políticas para el desarrollo económico y social, entre otros.*

Según Buitrago P.F. & Duque Márquez I. (2013:40), en su libro “*La Economía Naranja: una oportunidad infinita*”³, define la Economía Naranja como:

Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Su universo naranja está compuesto por:

- ***Economía Cultural:*** actividades artísticas tradicionales y las Industrias Culturales Convencionales, además de aquellas actividades relativas a la construcción de un patrimonio cultural y su transmisión.
- ***Industrias Creativas:*** Son el conjunto de las Industrias Culturales Convencionales y el grupo de Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software.



¿Por qué denominarle economía naranja?

Buitrago P.F. & Duque Márquez I. (2013:42-45), exponen los siguientes criterios con los que se ha etiquetado la economía de la cultura y la economía *Naranja*:

El color naranja se suele asociar con *la cultura, la creatividad y la identidad*:

- En el antiguo Egipto usaban un pigmento anaranjado para adornar los jeroglíficos de las tumbas de los faraones.
- Convenciones y tradiciones occidentales, asocian este color con el entretenimiento
- Baco (*Dionisio en la mitología griega*) el dios de vino y patrón del teatro aparece en las pinturas vistiendo en naranja.
- Es el color del *Halloween*

³ Para mayor información se puede abordar la siguiente literatura Cfr: Buitrago P.F. & Duque Márquez I. (2013). *La Economía Naranja: una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Washington. D.C. USA. El libro estará disponible en la Web del Banco para su descarga a partir del 31 de octubre (Día Naranja). Cfr: <http://www.iadb.org/es/noticias/anuncios/2013-10-30/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita,10622.html>

- También está presente en religiones orientales:
 - En el confucianismo, es el color de la Transformación,
 - En el budismo, identifica a los Monjes (Buda en persona lo escogió)
 - En el hinduismo, es el color de las ropas que visten los sadhu (hombres)
- Para pueblos nativos de América del Norte es el color del Aprendizaje y el Liderazgo.
- Para los *Tupac Katari* -de Perú- es el color de la sociedad y la cultura.

Dentro del universo de la economía naranja, esta consultoría se limita en un apartado particular denominada *Artes y Patrimonio*, la siguiente tabla ilustra su contenido.

Tabla: Economía Cultural, detalle de Artes y Patrimonio dentro de la Economía Naranja

Artes y patrimonio cultural	Segmentación o clasificación
Artes visuales	<ul style="list-style-type: none"> – Pintura, Escultura – Instalaciones y video arte – Arte en movimiento (<i>performance art</i>) – Fotografía, Moda – Alta costura
Artes escénicas y espectáculos	<ul style="list-style-type: none"> – Teatro, danza y marionetas – Orquestas, ópera y zarzuela – Conciertos, Circos – Moda – Pasarela
Turismo y patrimonio cultural (<i>material e inmaterial</i>)	<ul style="list-style-type: none"> – <i>Artesanías</i>, antigüedades, laudería y productos típicos – Gastronomía – Museos, galerías, archivos y bibliotecas – Arquitectura y restauración – Parques naturales y ecoturismo – Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos. – Conocimientos tradicionales, festivales, otros.
Educación artística Cultural	

Fuente: elaboración propia conforme a Buitrago P.F. & Duque Márquez I. (2013). *La Economía Naranja: una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Washington.D.C. USA, p.40.

En diversos países esta *economía naranja* es clave, generando ingresos en sectores como el *turismo y la cultura*, en la que el sector cultural promueve el uso de sus atractivos culturales como principal medio de producción⁴. El turismo es una actividad importante para el sector de artes y patrimonio cultural, en la que se impulsan una alianza entre los sectores *cultural* y *turístico* para fomentar el turismo cultural y creativo, optando por darle color a este segmento del turismo, denominándole "*turismo naranja*". Según este pensamiento: *Si la economía cultural y creativa es Economía Naranja, el turismo cultural y creativo es Turismo Naranja*.

⁴ De acuerdo a cifras oficiales del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), solo en América Latina este sector produce al menos 177,000 millones de dólares cada año y en todo el continente americano esta cifra llega a los 1,932,000 millones, generando cerca de 23.3 millones de trabajos. Estados Unidos contribuye con un PIB del 12%.

2. Turismo Naranja, una percepción más amplia que el Turismo Cultural

El turismo cultural se ha contemplado durante años como una visita contemplativa y pasiva del *patrimonio cultural (Material e inmaterial)* de un destino, y por ende, las costumbres y tradiciones materializadas en actividades, artesanías, gastronomías, fiestas y celebraciones distinguen a un lugar. Siempre se vincula con el pasado y la historia, resaltando sus aspectos culturales; siendo una alternativa inevitablemente atractiva para un determinado destino que no cuenta con una oferta sólida de turismo de sol y playa, pero en cambio posee recursos históricos con cierta relevancia cultural que justifique su desarrollo.

Hoy día, estamos hablando de algo más cercano a la nueva sociedad del conocimiento, conectada y tecnológica del siglo XXI, momento que le asiste una de las transformaciones más espectaculares de la industria del turismo: el *Turismo Naranja*, un articulador y potenciador de la economía naranja⁵. Un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas, que configuran destinos con identidad cultural. El *Turismo Naranja* es mucho más que el *Turismo cultural*, es un turismo dinámico que conecta con los nuevos viajeros que aprecian la autenticidad y oferta de cultura a su visión del mundo y a su identidad. El Turismo Cultural indica *qué cosas son interesantes de ver (ya creado)*, y el Turismo Naranja propone *qué experiencias no deberías dejar de vivir (por crear)*. A continuación un breve ejemplo que distingue estas tipologías de turismo:

Nahuizalco es un municipio histórico, cuna de semblanza indígena artesanal *Náhuat-Pipil*, cuenta entre sus atractivos culturales con una iglesia colonial, gastronomía en el único mercado nocturno del país y artesanías autóctonas de fibras naturales y de madera; un portafolio en la que descansa la oferta de una estrategia de *turismo cultural*. Sin embargo si en el casco urbano o aprovechando el parque central, si implementan todos los fines de semana acciones de *industria cultural y creativa* para dinamizar un auténtico *turismo naranja* se tendrían: exposiciones culturales e históricas, folklore y danzas musicales, *Nahuahablantes*, talleres y confección de artesanías de petates “*vivientes*” para que los turistas lo tejan en el proceso narraciones objetivas del suceso de 1932, variada gastronomía autóctona que pueda ejercer un elemento para contemplar un atractivo de disfrute actividades artísticas y musicales en u entrono cultural, pero también hay participación activa de identificación del municipio por parte de los visitantes.

⁵ Expertos afirman que el Turismo Naranja es un turismo para *Millenials*, cuyo contenido ha de responder a una experiencia única y participativa.

ANEXO 10. Nahuizalco, un destino turístico afectado por la violencia

Nahuizalco es un municipio del departamento de Sonsonate. Tiene una extensión territorial de poco más de 34 kilómetros y 52 mil habitantes que viven en 15 cantones, más la zona urbana. Su principal singularidad y *diferenciación* de otros pueblos, es el esfuerzo por conservar, como parte de sus raíces indígenas *Náhuat-Pipil*, la fabricación de petates y cestas de tule entre otras manifestaciones y tradiciones propias del lugar; como la enseñanza de la lengua originaria Náhuat en la casa de la cultura de la localidad. Un punto de notoriedad es que este histórico lugar es el portal de la *Ruta de las Flores*, formando parte del programa turístico *Pueblos Vivos*, que atrae a miles de turistas en busca de la naturaleza, su diversidad cultural y una aparente tranquilidad. Sin embargo este destino cultural sobre todo en la zona rural, no escapa al flagelo de la violencia que golpea a todo el territorio nacional.

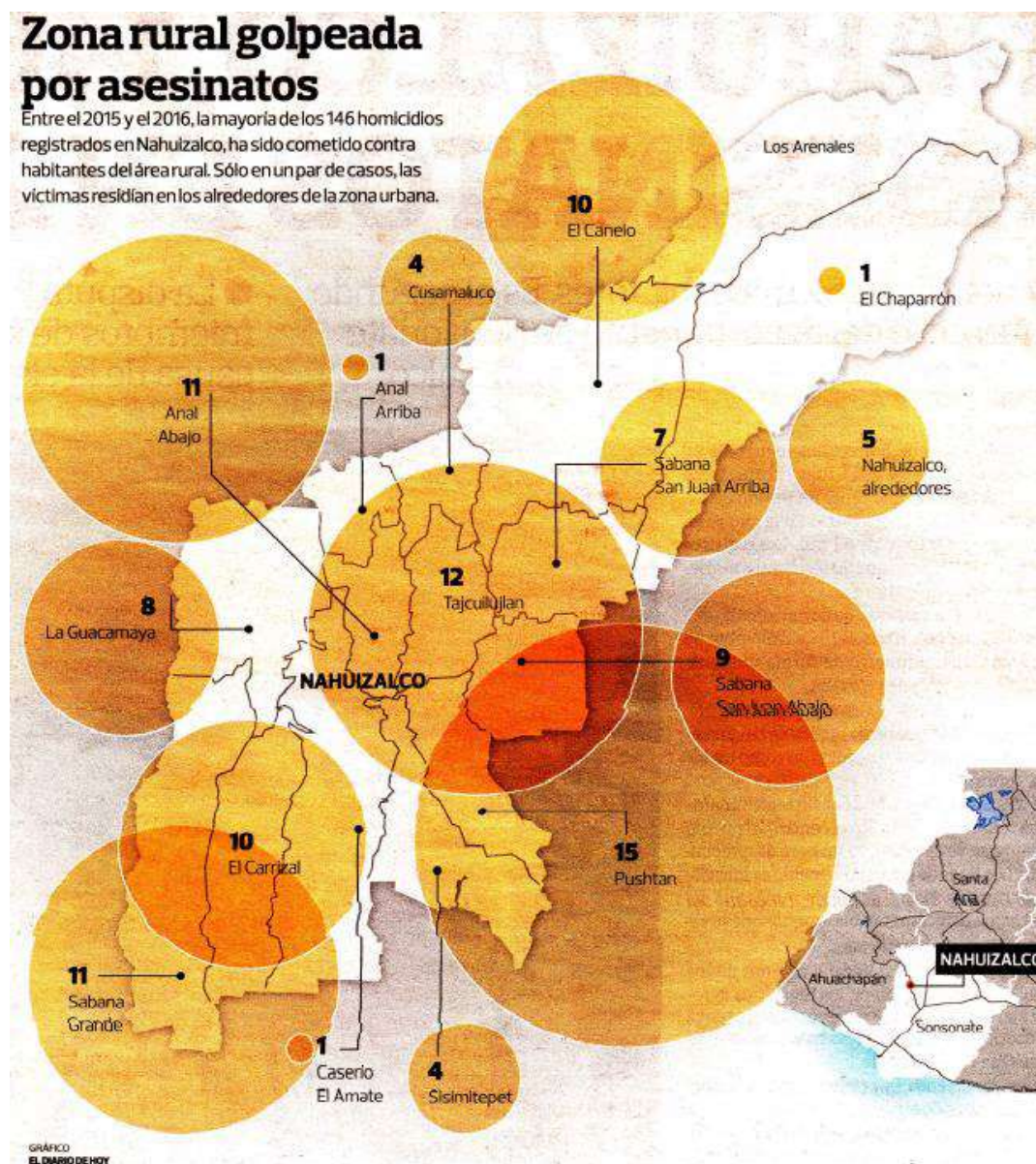
a) Zona Rural de Nahuizalco golpeada por asesinatos

Decenas de habitantes en la ruralidad de este municipio y alejados de su casco urbano, atestiguan de forma temerosa y algunos resignados, que no hay un solo cantón o caserío que tenga presente el acecho y sometimiento de miembros de pandillas¹. En los últimos dos años (2015 y 2016), se han registrado la muerte violenta de 146 de sus residentes. Estos datos estadísticos oficiales son alarmantes para sus habitantes de la zona rural y para las autoridades nacionales que sitúan a este cultural lugar, como el segundo municipio, a nivel del departamento de Sonsonate, donde hay más homicidios, y sexto a nivel nacional (*Ver figura 1 de anexo*).

Hay cantones del municipio de Nahuizalco, donde los homicidios han sido el pan de cada día; en lugares y horas distintos. *Pushtán* y *Tajcuiluján*, dos cantones cuyos pobladores se identifican por sus raíces indígenas, presentan una cantidad de asesinatos alarmantes en los que sobresalen jornaleros y agricultores. En contraste el área urbana lleva dos años sin registrar ninguna muerte violenta, es palpable en el centro del pueblo observar a la gente caminar de manera despreocupada, normalmente los fines de semana cuando es inundado de turistas. Si los visitantes preguntan por la Cascada *La Golondrinera*, *EL Río La Vuelta o Piedra Viva* (*Zonas turísticas rurales*), cualquiera de los lugareños recomienda no salir del casco urbano.

¹ En septiembre 2015, en parte de Nahuizalco fue lanzado el *Plan piloto El Salvador Seguro (PESS)*; sin embargo, esa iniciativa no ha logrado frenar los homicidios que están golpeando al municipio, sobre todo a los habitantes de la zona rural, y más que todo en comunidades indígenas.

Figura 1. Zona rural de Nahuizalco golpeada por asesinatos.



Fuente: Cfr: El Diario de Hoy. *Nahuizalco, 146 asesinatos en 2 años*. Martes, 20 de diciembre de 2016, p.4.

Para que la tasa de homicidios² en Nahuizalco registrada durante 2016 fuese normal, tendría que tener un millón de habitantes, pero con una población de 52 mil, sería de cinco asesinatos por año, para considerarlo como un índice “normal”³.

² Número de homicidios dolosos por cada 100,000 habitantes en un determinado período de tiempo y área geográfica, cuya fuente primaria es obtenida de organismos de investigación judicial nacional.

³ El panorama resulta demasiado sombrío ¿Por qué tantos homicidios? para ser un municipio considerado destino turístico, y donde obtener información oficial sobre el problema de inseguridad que vive Nahuizalco resulta difícil

b) Comunidades indígenas de Nahuizalco abandonan tierras cultivables

La situación de inseguridad que se vive en la zona rural de Nahuizalco, obliga a que campesinos de algunas zonas no cultiven todas las tierras acostumbradas; únicamente en el cantón *Cusamaluco*⁴ se ha dejado de sembrar aproximadamente entre 80 y 100 manzanas. Otro de los lugares donde hay tierras sin cultivar es en el sector sur del cantón *Pushtan*, que de acuerdo con campesinos de ese lugar, se han quedado ociosas unas 20 o 25 manzanas, en las que siempre se había cultivado hortalizas debido al sistema de riego por gravedad que predomina en la zona. Sumado al no cultivo, hay dificultades para recoger la cosecha.



Fotografía 1. Comercialización de hortalizas y granos básicos a un costado de la Alcaldía de Nahuizalco.

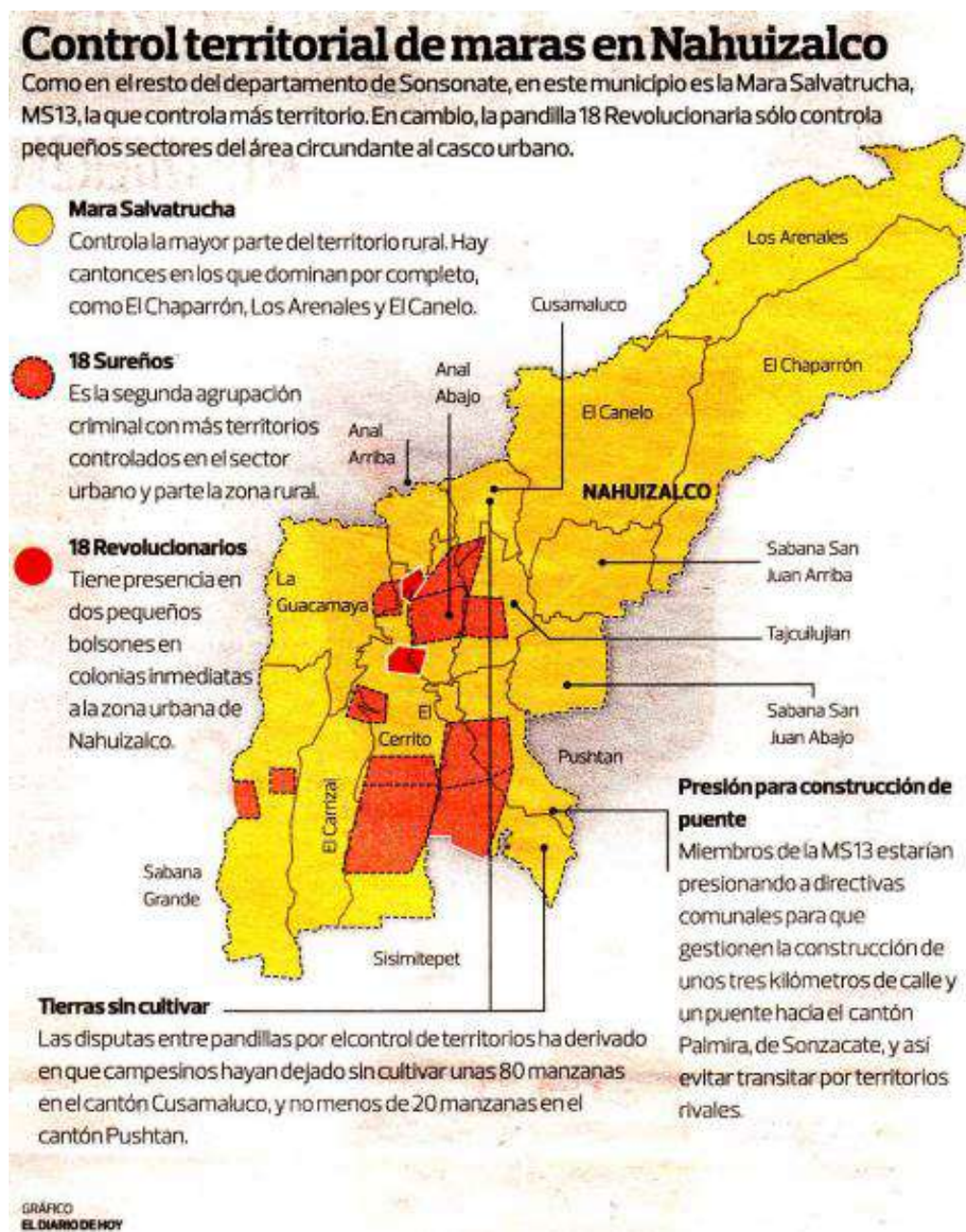
Panorámica de agricultores comerciantes de origen indígena, quienes se encuentran comercializando en el mercado de Nahuizalco; hortalizas y granos básicos (*Maíz y Frijol*) como principal patrimonio agrícola de estas comunidades. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco: enero 2017.*

Los agricultores de la zona coinciden, que el principal el problema son las pandillas que en su control territorial no permiten que un campesino que vive en un lugar dominado por la pandilla 18 vaya a trabajar a un sector dominado por la mara Salvatrucha o viceversa. Es decir que agricultores de *Tajcuilujlan* no han podido ir a sembrar o recoger la cosecha a *Cusamaluco*. Situación que ha complicado la economía de muchas familias, dejar de trabajar una o dos manzanas impacta gravemente en las economías de los agricultores.

⁴ *Cusamaluco* es un cantón que limita al norte con el caserío Mirazalco, del municipio de Juayúa. En la carretera *Los Naranjos* hay un acceso al caserío Mirazalco, por esa misma calle se puede llegar hacia Nahuizalco, pasando por *Cusamaluco*, *Tajcuilujlan* y *Sisimitepet*.

Impedir el acceso a sus tierras a los campesinos es una forma de protegerse que tienen las pandillas, principalmente porque la zona se ha convertido en un refugio para pandilleros que llegan de cualquier parte del territorio salvadoreño, pero especialmente de Izalco y Sonsonate, afirman fuentes policiales. La figura 2 revela el control territorial de Nahuizalco por parte de las principales pandillas en la zona rural y urbana.

Figura 2. Control territorial (Rural y Urbano) de Nahuizalco por parte de maras.



Fuente: Cfr: El Diario de Hoy. Nahuizalco, Comunidades indígenas abandonan tierras cultivables. Miércoles, 21 de diciembre de 2016, p.30.

Agricultores de Nahuizalco temen que si el problema de las pandillas subsiste, la producción de hortalizas sufrirá un grave daño y afectará la economía de decenas de familias, ya que este municipio es una zona productora de hortalizas (*rábano, perejil, apio, chipilín y mora, entre otras*), que abastecen los mercados de Sonsonate, Santa Ana y, en buena medida, de San Salvador. La presencia de pandillas ha alterado tanto el cultivo de hortalizas como su comercialización, según comentan los agricultores locales, muchas familias han visto reducidos sus ingresos, desmejorando la calidad de vida que tenían, de por sí, bastante precarias.

c) Conclusiones periodísticas sobre la delincuencia que acecha a Nahuizalco

Es plausible como periodistas de *El Diario de Hoy*⁵, se dieron a la tarea de realizar abundantes entrevistas tanto a residentes del área urbana como del área rural, así como a fuentes policiales entre otros, dentro de las conclusiones de este trabajo se tienen:

- Nahuizalco es un municipio con presencia de pandillas, siendo la mara Salvatrucha con la mayor parte de territorio, le siguen la pandilla 18 Sureños y Revolucionarios.
- La presencia de pandillas es tan fuerte que, además de mantener elevados los índices de asesinatos, pone en peligro la seguridad alimentaria de las comunidades indígenas.
- Un factor que agrava el problema es que las tres pandillas están en constante lucha por controlar territorios (*Los límites territoriales son muy difusas y cambiantes*).
- Las pandillas tienen control territorial, extorsionando agricultores y campesinos
- La mayoría de pandilleros no son jóvenes nativos, sino foráneos que hacen del lugar su refugio cuando huyen de otros lugares y donde la policía no ingresa.
- Los cantones de *Tajcuilujlan, Cusamahuco, Sabana San Juan Arriba, Sabana San Juan Abajo* y Pushtan son los más afectados, debido a que estos colindan con sectores de Izalco, Sonsonate y Juayúa, municipios con alta incidencia de pandillas.
- 100 manzanas de tierra están sin cultivar debido al miedo de los agricultores en la zona rural, donde su mayor rubro económico es el cultivo de hortalizas.
- Homicidios, extorsiones y el abandono de tierras cultivables son los problemas que las pandillas han llevado a comunidades rurales indígenas.

La disputa territorial y la migración de miembros de tres pandillas podría ser la causa de la elevada cifra de muertes violentas

⁵ Medio informativo responsable de esta información periodística, del cual esta consultoría sintetiza en este anexo. *Cfr:* El Diario de Hoy. *Nahuizalco en La Ruta de Las Flores, sometido por pandillas*. Martes, 20 diciembre 2016, p 2-3.

ANEXO 11. Componentes del Sistema Turístico Cultural (STC) de Nahuizalco

Este anexo expone, la integralidad del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, identificando y clasificando *los componentes de la oferta* física del sistema; la cantidad y calidad de éstos determinan el éxito de cualquier modelo turístico. Es importante reconocer que ningún segmento opera en un vacío y que la oferta se relaciona estrechamente con todos los demás aspectos del turismo, se mencionan los siguientes componentes de la oferta:

- ***Recursos naturales y entorno cultural***, es una dimensión fundamental, la base misma de gran parte del turismo, que se caracteriza de modo único e inalterable por su fisiografía y su clima. Nahuizalco es la cuna cultural *Náhuat-Pipil* está representada por: recursos naturales que imponen su belleza, infraestructuras arquitectónicas coloniales, laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbre para sus artesanías, pobladores fieles a sus costumbres religiosas y atención cálida con sus visitantes; que junto a sus *tradiciones y cultura*, hacen un verdadero corazón turístico.
- ***El ambiente construido***, comprende en primer lugar *la cultura* de los residentes de Nahuizalco y su estilo de vida, propiedades que no se deben alterar por fomentar el desarrollo del turismo. Este municipio es considerado turísticamente cultural, por ser uno de los más reconocidos y antiguos núcleos indígenas de El Salvador. *Su infraestructura*: posee recursos tan fundamentales como carreteras, redes de comunicación y diversas instalaciones comerciales; *superestructura turística*: recursos para atender la demanda de los visitantes, restaurantes, plaza y parque central, otros. *La tecnología*: una dimensión reciente y con influencia de los productos y/o servicios. *La información*: habilidad para reunir, interpretar y utilizar la información de una manera efectiva. *Gobernabilidad*: que rodea al turismo por su sistema legal, político y fiscal que regulan su funcionamiento y la coordinación de sus organizaciones públicas y privadas.
- ***Fomento de recursos de hospitalidad***, elemento responsable de proporcionar experiencias memorables y de alta calidad, en un cálido ambiente, mostrando una actitud amigable, acompañado de pequeños gestos que contribuyen a fomentar un ambiente, donde cada visitante debe sentirse que es más que una fuente de ingresos.
- ***Procesos, actividades y resultados del turismo***, es necesario entender la naturaleza de los procesos y actividades que rodean y se desarrollan dentro del sistema turístico y que al final crean los resultados que constituyen la esencia de este fenómeno.
- ***Carreras en turismo***, todos los segmentos, sectores y organizaciones que integran un sistema turístico, requieren personal “*el rostro del turismo*” para que funcionen los diversos procesos y para ser asequible a los visitantes una gran variedad de actividades y experiencias que constituyen el *producto turístico*.

A continuación se exhiben los componentes del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, así como los procesos y resultados claves que ocurren dentro de esta actividad:

a) Organizaciones de planeación, desarrollo y promoción turística

Es un componente oculto del turismo; se trata de los visionarios creadores de políticas públicas, planificadores, individuos y grupos que constituyen un determinante exitoso de la actividad turística cultural de Nahuizalco (*Ver figura 1*); todas estas funciones se ejecutan con un grado de interacción cooperativa entre los sectores públicos y privados en todos los niveles. Esta consultoría se fundamenta brevemente en tres tipos de organizaciones vinculadas:

1. Organizaciones internacionales

- **La Organización Mundial de Turismo de las Naciones unidas (OMT)**, es la principal organización internacional con amplio reconocimiento de turismo en la actualidad; sirviendo como un foro global para temas de política turística y una fuente práctica de hacer las cosas en turismo.
- **Organizaciones de desarrollo**, el financiamiento siempre es un problema en el desarrollo del turismo, grandes organizaciones financieras están dispuestas a hacer préstamos para este fin: Banco Mundial (BM), Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), y otros. Ejemplo de organizaciones nacionales: Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO) a través del Ministerio de Economía (MINEC), Amanecer Rural y otros.

2. Organizaciones Nacionales

- **El Ministerio de Turismo (MITUR)**, un ente gubernamental que respalda a los sectores involucrados directamente en el quehacer turístico del país.
- **Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)**, institución autónoma, de derecho público, que tiene la finalidad de promover los sitios más atractivos del país.
- **Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)**, institución autónoma de utilidad pública, orientada a promover y estimular la recreación y sano esparcimiento de las familias salvadoreñas, mediante el excursionismo a través de su red de Parques Recreativos.

3. Organizaciones Públicas y privadas de Nahuizalco

Estas organizaciones funcionan dentro de un *Ecosistema Turístico*, donde se aprecia un sistema abierto de múltiples entes (*privados y públicos*) e interdependientes:

- ✓ **Comité de Competitividad Municipal (CCM)**: integrada principalmente por miembros de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco y sector privado, son responsables de la *coordinación y gestión* de las líneas estratégicas de competitividad del municipio.
- ✓ **Comité de Desarrollo Turístico (CDT)**: conformada por miembros del sector público y privado, responsable *logístico*: de diseñar e implantar: acciones, políticas, directrices y programas para la práctica turística
- ✓ **Unidades Productivas Ofertantes (UPO)**: comprende a los micros y pequeños empresarios privados que atienden a turistas.

Figura 1. Organizaciones de planeación, desarrollo y promoción turística de Nahuizalco

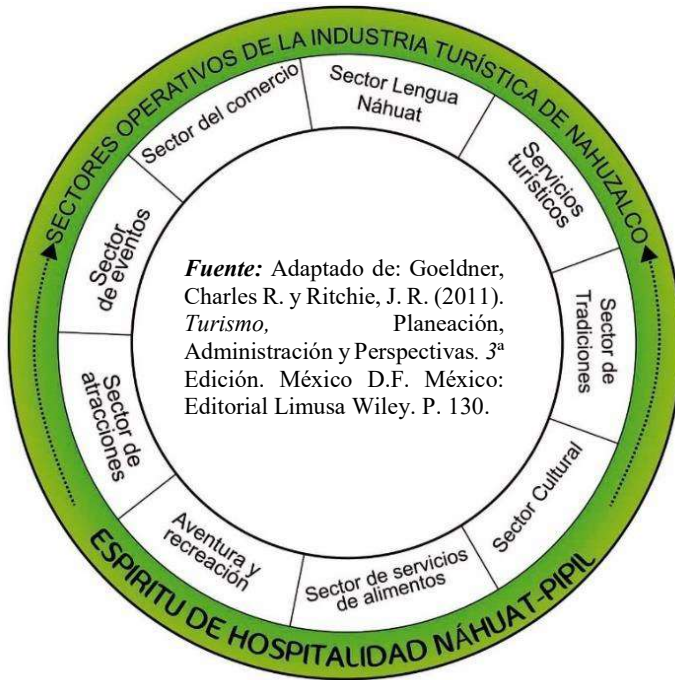


Fuente: Adaptado de: Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011). *Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas*. 3ª Edición. México D.F. México: Editorial Limusa Wiley, p. 98.

b) Sectores operativos de la industria turística cultural de Nahuizalco

Los sectores operativos representan un segmento decisivo de la práctica turística cultural de Nahuizalco, estos proporcionan la experiencia y vivencias del turismo, son considerados como la *industria turística*; desarrollando y brindando servicios con un *espíritu de hospitalidad* que resultan memorables para sus visitantes (Ver figura 2). Esta consultoría menciona algunos de estos sectores del turismo de Nahuizalco, dirigiendo su mirada a hacia los más importantes y desarrollados, como aquellos que necesitan mejorarse.

Figura 2. Sectores operativos de la industria turística cultural de Nahuizalco



- **Sector Transporte:** El turismo y el transporte están estrechamente vinculados, los excursionistas de Nahuizalco se valen de diversos medios de transporte para visitarlo; los resultados del perfil de la demanda turística de este municipio revelan que el 50% lo hace por cuenta propia, es decir utilizan sus vehículos personales para transportarse, un medio que predomina en distancias cortas. Los “*Buses Alegres*” organizados y coordinados por el ISTU con destino a *La Ruta de La Flores*, no resultan atractivos en términos turísticos para Nahuizalco, es un recorrido breve por el municipio, y donde su mayor estancia es en otros municipios como Ataco y principalmente Juayúa.

- **Sector Alojamiento:** Es considerado el negocio más antiguo del mundo en la práctica turística, sin embargo este servicio es deficiente en Nahuizalco, paradójico para quien tiene como atractivo principal un

mercado nocturno, lo explica el perfil de la demandan turística real; donde la categoría de sus visitantes es: *Excursionista de día* con un 46% y *Turista de Ruta de Las Flores* con un 42%.

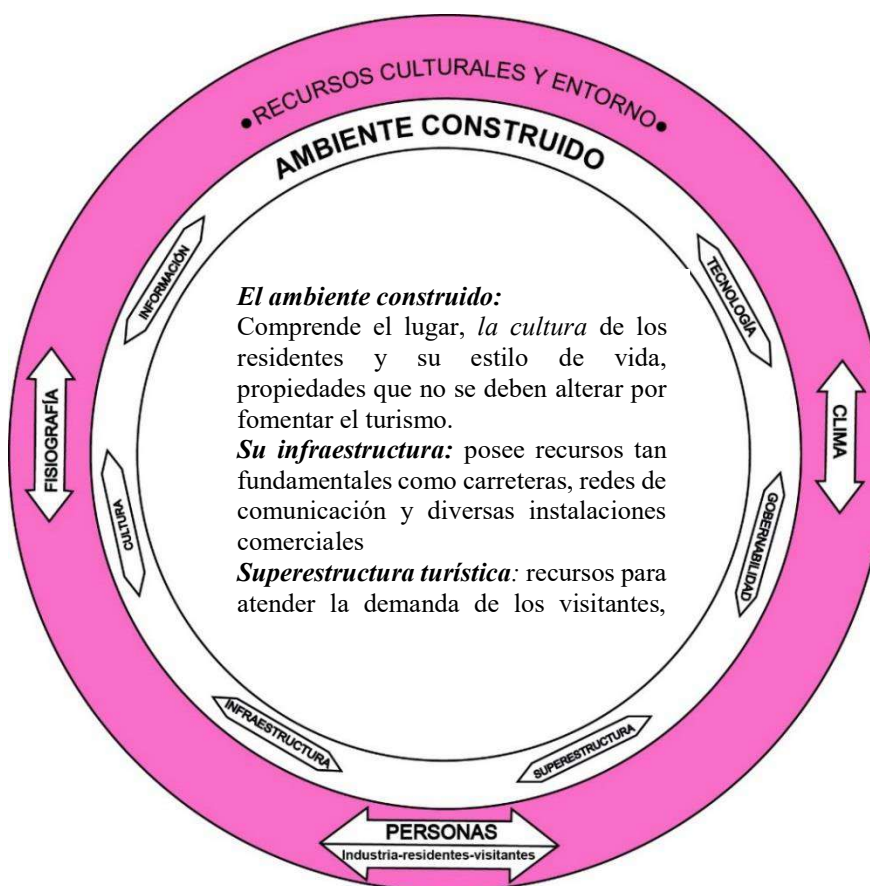
- **Sector servicio de alimentos:** Nahuizalco cuenta con una variada gastronomía autóctona en su mercado nocturno, sin embargo cuenta con restaurantes pequeños de comida rápida, variados antojos, cafeterías y alimentos tradicionales, que forman un componente esencial de su oferta turística.
- **Sector atracciones:** las atracciones son la razón por la cual las personas viajan, constituyendo el componente más importante del sistema turístico, sin atracciones habría escasa necesidad de todos los demás servicios turísticos, sin embargo a pesar de su importancia, estas frecuentemente reciben la porción más pequeña de los gastos del turista. Nahuizalco cuenta por excelencia con atracciones culturales (*lugar histórico, cocina autóctona, museo, artesanías, costumbres, tradiciones, otros*), y también naturales (*paisaje, flora, ríos y cascadas*).
- **ESPIRITU DE HOSPITALIDAD:** es el factor más importante del sistema turístico, las instalaciones lujosas serían inútiles si el turista no se siente bienvenido. Los pobladores de Nahuizalco son laboriosos artesanos, fieles a sus costumbres religiosas, donde su principal virtud es la atención cálida (*simpática, amigable y servicial*) con la que se recibe a sus visitantes.

c) Integralidad del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco

Además de los componentes mencionados en los literales anteriores, es importante identificar, clasificar e integrar *los componentes de la oferta física* del sistema; la cantidad y calidad de éstos determinan el éxito de cualquier modelo turístico. Es importante reconocer que ningún segmento opera en un vacío y que la oferta se relaciona estrechamente con todos los demás aspectos del turismo, se mencionan los siguientes componentes de la oferta (*Ver figura 3*):

- **Recursos naturales y entorno cultural**, es una dimensión fundamental, la base misma de gran parte del turismo, que se caracteriza de modo único e inalterable por su fisiografía y su clima.
- **Fomento de recursos de hospitalidad**. Elemento responsable de proporcionar experiencias memorables y de alta calidad, donde cada visitante debe sentirse que es más que una fuente de ingresos.

Figura 3. Integralidad del Sistema Turístico Cultural



Fuente: Adaptado de: Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011). *Turismo*, Planeación, Administración y Perspectivas. 3ª Edición. México D.F. México: Editorial Limusa Wiley. p. 374.

- **Procesos, actividades y resultados del turismo**, es necesario entender la naturaleza de los procesos y actividades que rodean y se desarrollan dentro del sistema turístico que constituyen la esencia de este fenómeno.
- **Carreras en turismo**, todos los segmentos, que integran un sistema turístico, requieren personal “el rostro del turismo” para que funcionen los diversos procesos y experiencias que constituyen el producto turístico

ANEXO 12. Estudio para determinar la demanda turística real de Nahuizalco

Para poder determinar el perfil del turista cultural de Nahuizalco (*Demanda Real*), se realizó un estudio metodológico, un diseño de investigación práctico y concreto, de la que se obtuvo información y se analizaron sus resultados, las que responden a las preguntas de esta consultoría.

a) Unidad de análisis y población

- **Unidad de análisis de la demanda:** para propósitos de esta consultoría, se consideraron: turistas, excursionistas y visitantes del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.
- **Población:** conformada por turistas (*visitantes o excursionistas*)³⁵⁵ nacionales e internacionales, que visitan el casco urbano cultural de la ciudad de Nahuizalco; determinando una muestra de **384 turistas**³⁵⁶. Sin embargo, se encuestó el 73% de la muestra determinada, esto por razones de flujo turístico y la temporalidad de este estudio. Sin embargo se considera una cifra aceptable para los propósitos de esta consultoría.

Nota Aclaratoria: La muestra de turistas que se realizó en Nahuizalco fue de 200 encuestados, sin embargo para los propósitos de análisis del perfil de la demanda turística; se sumaron 80 muestras de excursionistas que visitan este municipio, pero que se encuestaron en diversos pueblos de *La Ruta de Las Flores*.

Principales limitaciones encontradas:

- La *demanda turística real* no cuenta con registros estadísticos precisos.
- Su estudio se realizó en los meses de *octubre de 2016 a marzo de 2017*.
- Solamente se encuestaron 280 visitantes (*en razón del tiempo de esta consultoría*)

b) Técnica e instrumento cuantitativa utilizada

- **Técnica:** la *Encuesta turística de la demanda*, en donde se recopiló información de la *demanda real*, según la muestra determinada.
- **Instrumento:** se utilizó *cuestionario* formado por un conjunto de preguntas formuladas para medir percepciones y experiencias de *visitantes encuestados*; en donde el objetivo principal es: *recolectar información que permita identificar perfil o características de los visitantes que realizan Actividades Turísticas Culturales en la Ruta de Las Flores y específicamente en el municipio de Nahuizalco, con la finalidad de conocer preferencias turísticas.*

A continuación el cuestionario utilizado:

³⁵⁵ Se diferencia “turistas” (*se quedan al menos una noche en destino*) de “excursionistas” (*visitantes de un día*).

³⁵⁶ La presente investigación es cuantitativa, por ello se utiliza el procedimiento de *Muestreo Probabilístico*, y cuando la población es desconocida, se aplica para el cálculo de la *muestra* la fórmula de estudios sencillos.

Cuestionario para la Demanda Turística Cultural de Nahuizalco



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL (MAECE)



Objetivo: Recolectar información que permita identificar el perfil o las características de los visitantes que realizan Actividades Turísticas Culturales en la *Ruta de Las Flores* y específicamente en el municipio de Nahuizalco, con la finalidad de conocer las preferencias relacionadas con esta práctica; insumo académico que será de utilidad **para la investigación denominada: CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.**

Indicaciones: Seleccione con una X la opción que usted considere más conveniente, en cada una de las interrogantes que se le presentan a continuación.

SECCIÓN I – PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO

1. Nacionalidad:
☐ Salvadoreño (Municipio de residencia) _____
☐ Extranjero (Especificar país) _____
2. Género:
☐ Femenino
☐ Masculino
3. Categoría de visitante:
☐ Excursionista de día ☐ Turista de *La Ruta de Las Flores* ☐ Grupo educativo ☐ Residente Local
4. Edad (años):
☐ 10 – 17 ☐ 18 – 25 ☐ 26 – 40 ☐ 41 – 60 ☐ Más de 61
5. Estado Civil:
☐ Soltero(a) ☐ Casado(a) ☐ Divorciado(a) ☐ Viudo (viuda) ☐ Acompañado(a) ☐ Otro
6. Nivel de estudio:
☐ Universitario ☐ Técnico ☐ Bachiller ☐ Educación Básica ☐ Sin estudios
7. Ocupación:
☐ Empleado sector formal ☐ Empleado sector informal ☐ Jubilado ☐ Estudiante ☐ Otro
8. ¿Con quienes acostumbra practicar actividades turísticas?
☐ Solo ☐ En Pareja ☐ En Familia ☐ Grupos de Amigos
9. ¿Qué le hizo elegir *La Ruta de las Flores* entre otros destinos o Rutas turísticas?
☐ Precios ☐ Clima ☐ Entorno natural (paisajes) ☐ Entorno Cultural (costumbres y tradiciones)
☐ Gastronomía ☐ Visita a familiares y/o amigos. ☐ Otros. Especificar: _____
10. ¿Qué medio de transporte utiliza para visitar *La Ruta de La Flores*?
☐ Cuenta Propia ☐ Tour Turísticos ☐ Buses Alegres ☐ Transporte Colectivo ☐ Otro
11. En el último año ¿Cuántas veces ha visitado *La Ruta de La Flores*?
☐ Una vez. ☐ Dos veces. ☐ De 3 a 5 veces. ☐ Más de 5 veces.
12. El Turismo cultural es el disfrute de manifestaciones culturales, artísticas, ancestrales y patrimoniales en un entorno distinto al habitual ¿Conoce sobre esta tipología de turismo? ☐ Si ☐ No
13. En su opinión ¿Qué tipo de turismo se practica en la *Ruta de Las Flores*?
☐ Turismo Rural ☐ Turismo Cultural ☐ Turismo Ecológico ☐ Turismo de Aventura
☐ Otros. Especificar: _____
14. A su parecer ¿Cuál es el potencial turístico de la Ruta de Las flores?

15. ¿Dentro de su recorrido en *La Ruta de las Flores*, visita el municipio de Nahuizalco?
☐ Si (*pase a Sección II*) ☐ No ¿Por qué? _____ (*pase a Sección III*)



Favor continuar al reverso...

SECCIÓN II – HÁBITOS Y MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL DE NAHUIZALCO

16. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de los atractivos turísticos culturales de Nahuizalco?
☐ Radio ☐ Televisión ☐ Periódico ☐ Revistas Turísticas ☐ Redes sociales ☐ Ferias Turísticas
☐ Recomendación ☐ Operadores turísticos ☐ Experiencia propia ☐ Otros. _____
17. ¿Qué le motiva visitar Nahuizalco como destino turístico cultural? (Sólo una respuesta)
☐ Conocer sus atractivos culturales. ☐ Visitarlo una vez en la vida. ☐ Realizar actividades culturales
☐ Un lugar más ☐ Conocer y comprender la cultura *Náhuat-Pipil* ☐ Un lugar una cultura
18. ¿Cuál es el atractivo turístico que más le agrada de Nahuizalco?
☐ Mercado Nocturno ☐ Museo *Náhuat-pipil* ☐ Iglesia colonial ☐ Artesanía Local
☐ Belleza natural de bosques y ríos ☐ Plaza central _____ Otras. Especifique _____
19. En su visita a Nahuizalco ¿Por qué medio promocional o publicitario conoció de su Oferta turística?
☐ Paquete promocional ☐ Exposiciones Culturales y artesanales ☐ Obsequio por visita
☐ Kiosko de Información Turística ☐ Sitio Web de Nahuizalco ☐ Prensa ☐ Brochure Informativo
☐ Muppies ☐ Mapas turísticos culturales ☐ Ninguna de las anteriores
20. De los eventos culturales de Nahuizalco (tradicionales y religiosos) ¿Cuáles visita más?
☐ Semana Santa ☐ Día de la Siembra ☐ Día de los Canchules ☐ Feria Artesanal
☐ Fiestas Patronales ☐ Día de los farolitos Nahuizalqueños ☐ Cofradías
☐ Día de La Ruta de las Flores ☐ Otras. Especifique _____
21. A su parecer en términos de competitividad turística ¿Cuál es la principal fortaleza y debilidad de Nahuizalco frente al resto de municipios pertenecientes a La Ruta de La Flores?
Fortaleza _____ Debilidad _____
22. En su opinión ¿Qué logra para los habitantes de Nahuizalco la estrategia de turismo *Pueblos Vivos*?

23. ¿Cuánto de presupuesto ha destinado para su visita turística a Nahuizalco?
☐ Entre \$ 10.00 y \$ 20.00 ☐ Entre \$ 20.00 y \$40.00 ☐ más de \$ 40.00
24. Si 10 significa *muy satisfactorio*, 5 *normal* y 1 *muy insatisfactorio*, con una puntuación de 1 a 10 valorando cada uno de los siguientes aspectos ¿Cómo calificaría su visita a este destino turístico?
Alojamiento _____ Restauración _____ Infraestructura turística _____ Hospitalidad _____
Actividades culturales _____ Entorno Cultural _____ Calidad-precio _____ Otras. _____
25. ¿Estaría dispuesto a vivir nuevas experiencias de turismo cultural en Nahuizalco?
☐ Si (*Pase a la sección IV*) ☐ No ¿Por qué? _____ (*finaliza la encuesta.*)

SECCIÓN III - IDENTIFICACIÓN DE TURISTAS CULTURALES POTENCIALES

26. De los siguientes destinos de la *Ruta de las flores*:
Marque con una **X** el municipio que más visita y encierre en un círculo el que menos visita
☐ Nahuizalco ☐ Salcoatitán ☐ Juayúa ☐ Apaneca ☐ Ataco ☐ Ahuachapán
¿Por qué lo visita más? _____
27. ¿Qué le gustaría que tuviera Nahuizalco para que sea más visitado?
☐ Hostales o casa de descanso ☐ Exposiciones Culturales ☐ Un centro de atención al turista
☐ Una mejora en la señalización (Vial y Mapa turístico) ☐ Otros explique. _____
28. ¿Estaría dispuesto a practicar el turismo cultural en Nahuizalco?
☐ Si (*pase sección IV*) ☐ No ¿Por qué? _____ (*Finaliza la encuesta*)

SECCIÓN IV-EXPECTATIVAS DEL TURISTA CULTURAL

29. ¿Qué servicios de Turismo Cultural esperaría encontrar en Nahuizalco?
☐ Restaurantes gastronómicos ☐ Hospedaje ☐ Actos Religiosos ☐ Historias y leyendas
☐ Actos culturales ☐ Artesanías locales ☐ Representaciones de costumbres indígenas
☐ Hablantes *Náhuat-Pipil* ☐ Otros, especifique: _____
30. En su opinión ¿Qué le falta a Nahuizalco para ser *turísticamente más atractivo*?

¡Muchas Gracias por su colaboración!

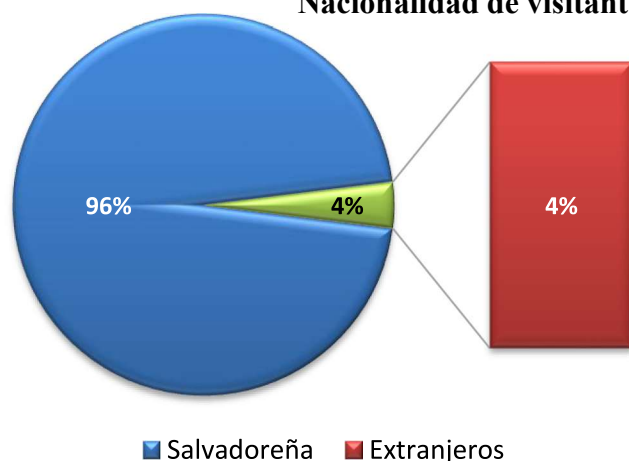
c) Análisis de los resultados del Perfil de la demanda turística cultural de Nahuizalco

En este apartado se presentan los resultados obtenidos y recolectados, utilizando el muestreo probabilístico mediante la técnica de encuesta con la intención de identificar el perfil o las características de 280 turistas (*visitantes o excursionistas*) nacionales e internacionales que visitan y practican actividades turísticas en el municipio de Nahuizalco, se utilizó como instrumento de investigación el anterior cuestionario.

SECCION I – PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO

1) A) Nacionalidad

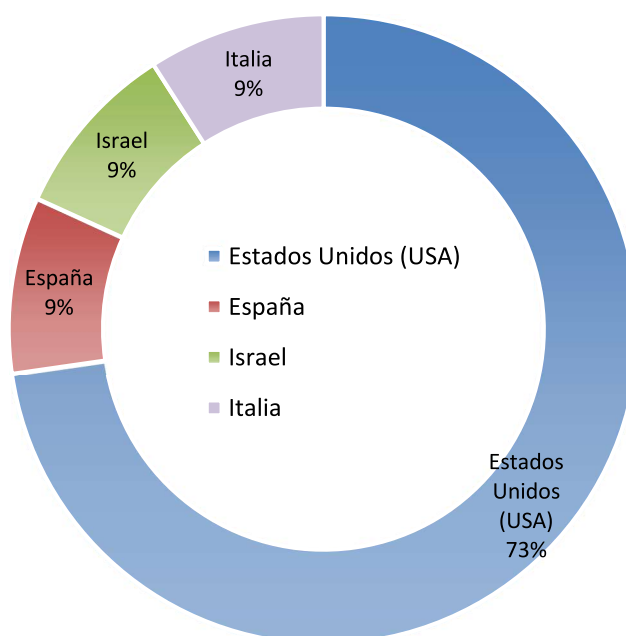
Gráfico 1.
Nacionalidad de visitantes



Análisis de la gráfica: Según el resultado de la *gráfica 1*; se aprecia que el 96% (269 turistas) de los 280 visitantes del municipio de Nahuizalco, son de nacionalidad salvadoreña, mientras que solo un 4% de los turistas son extranjeros.

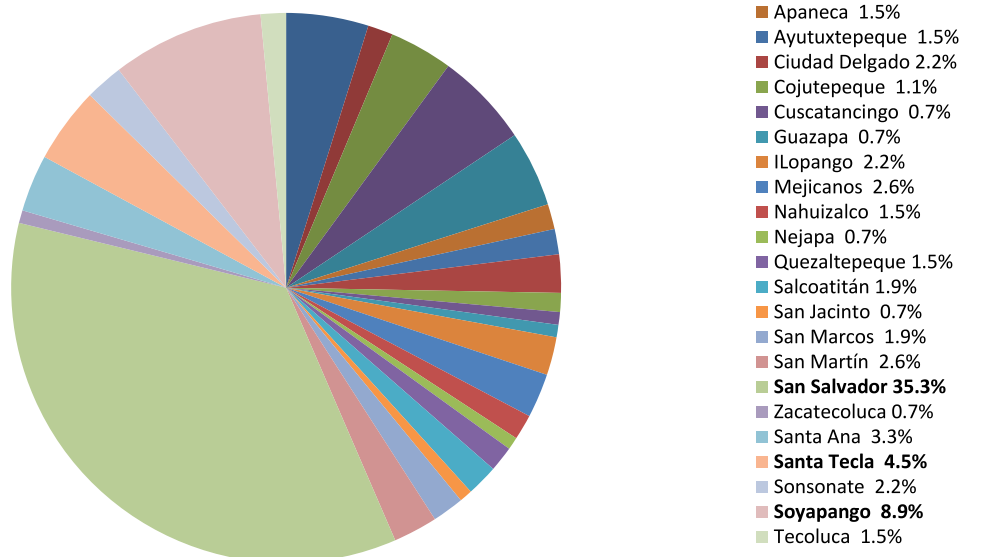
Análisis del gráfico: del 4% del resultado de la *gráfica 1* (11 turistas), un 73% de los visitantes son de nacionalidad estadounidense, siendo estos la mayor afluencia extranjera que visita el municipio de Nahuizalco, además, para esta muestra, se contó con la presencia de viajeros de los países como: España, Israel e Italia, que representan una minoría con un similar de 9% respectivamente.

Gráfico 2.
Turistas Extranjeros



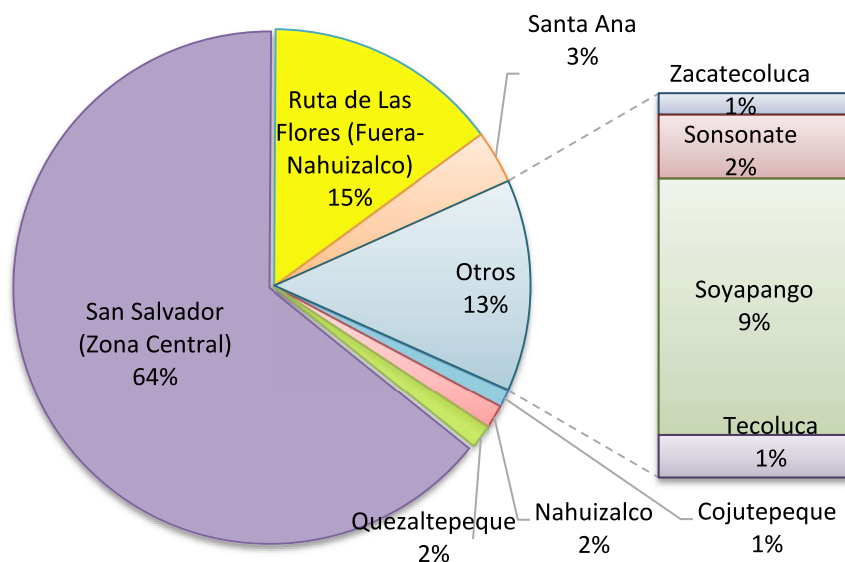
1) B) Municipio de residencia

Gráfico 3.
Municipios de residencia que visitan Nahuizalco



Análisis de la gráfica: De los 269 turistas encuestados de nacionalidad salvadoreña, según la *gráfica 3*; el 35.3% de los visitantes de Nahuizalco residen en el municipio de San Salvador, de igual manera destacan: Soyapango con un 8.9%, Antigua Cuscatlán con 4.8% y Santa Tecla con 4.5%. Se aprecia que Nahuizalco es visitado por un amplio portafolio de distintos lugares de la República de El Salvador.

Gráfico 4.
Municipios de residencia que visitan Nahuizalco
(Fusión de municipios zona central)



Análisis del gráfico: El propósito de este *gráfico 4*, es formar los municipios de: la zona central del país, junto con la Ruta de Las Flores para tener un panorama más integral. Se observa que el 73% de los turistas provienen de la zona central del país (San Salvador 64% y Soyapango 9%). Un 15% de visitantes pertenece a los municipios de la Ruta de Las Flores.

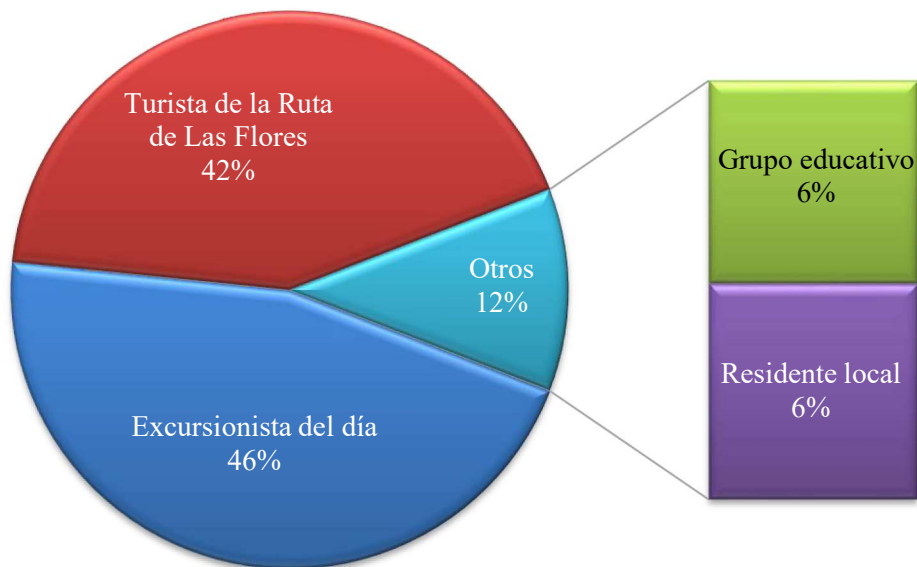
2) Género

Análisis de la gráfica: En el *gráfico 5*, se observa que entre los 280 encuestados la mayor afluencia de personas que visitan el municipio de Nahuizalco pertenece al género femenino con un 60% y de modo similar 40% es masculino.



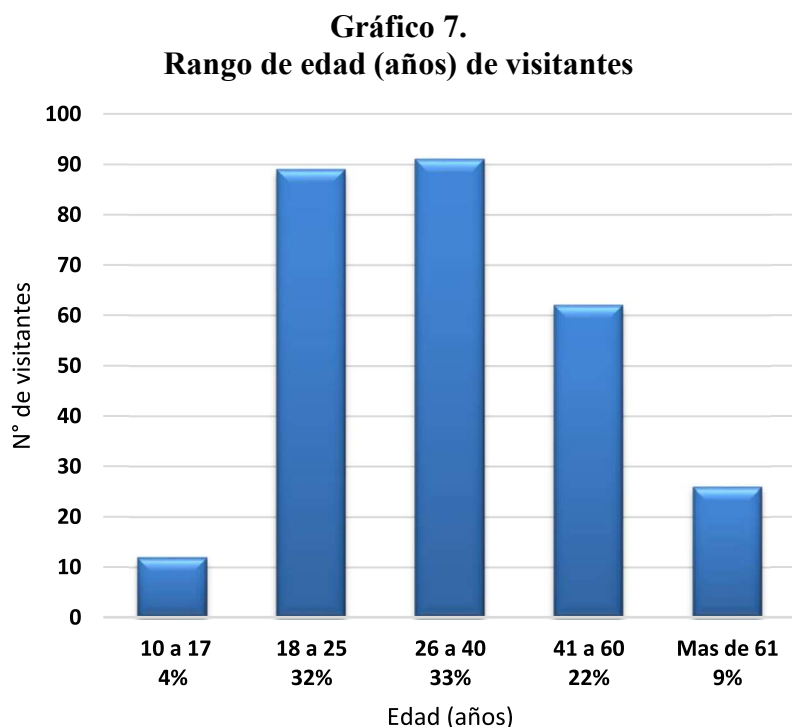
3) Categoría de visitante

Gráfico 6.
Categoría turística de visitantes



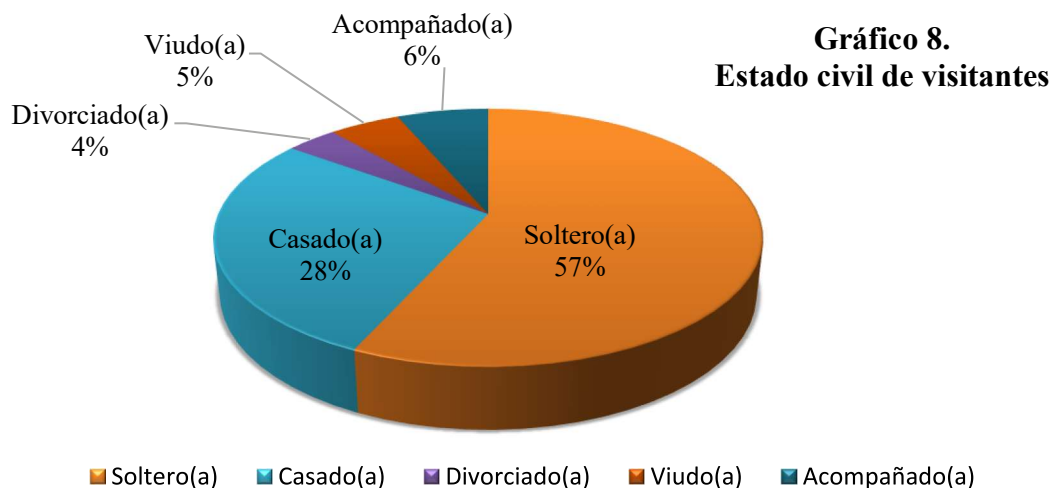
Análisis del gráfico: El conjunto de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los turistas de Nahuizalco, muestran que la categoría de los visitantes que más participan en este municipio son los *Excursionistas del día* con un 46%, también de manera sobresaliente se observa que un 42% son *turistas de la Ruta de Las Flores* y un 12% otras categorías (*Grupos educativos y residentes*).

4) Edad (años)



Análisis de la gráfica: En los datos obtenidos a través de la encuesta, el *grafico 7*, indica que los que prefieren visitar a Nahuizalco, se encuentran entre el rango de edad de 18 a 40 años, lo que representa el 65% de la muestra; el 22% corresponde a la edad de 41 a 60 años. Este estudio demuestra que la mayor parte de la población turística es adulto-joven.

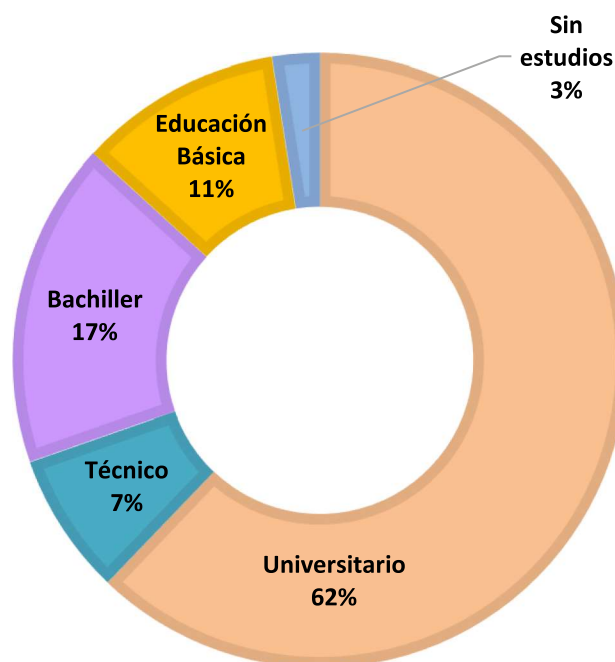
5) Estado Civil



Análisis del gráfico: Según la investigación realizada a los turistas de Nahuizalco, el *estado civil* de los visitantes es soltero(a) con el 57%; ya que cuentan con el tiempo y los recursos para realizar este tipo de actividades turísticas. Sin embargo, la población casada representa un porcentaje significativo del 28%, colocando en lo individual un rango menor del 6% a las demás categorías.

6) Nivel de estudio

Gráfico 9: Nivel de Estudio

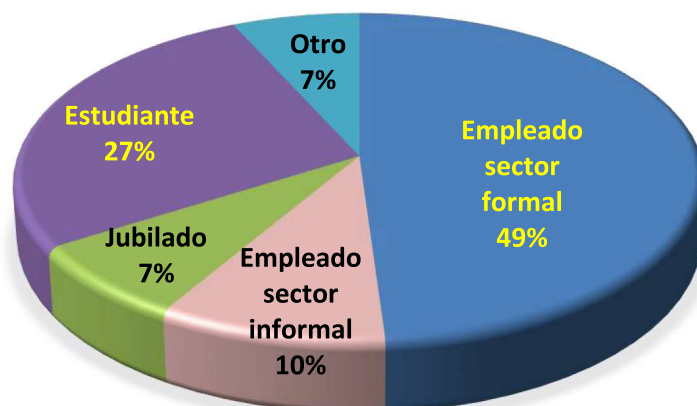


Análisis de la gráfica: De los 280 turistas encuestados, un 62% son universitarios con inclinación al gusto por la cultura, 17% son Bachilleres, estudiantes de básica un 11% y técnicos con un 7%. Esta muestra, busca disfrutar de la cultura, tradiciones e historia ancestrales del lugar; lo que evidencia que los visitantes a Nahuizalco cuentan con un nivel de estudio académico.

7) Ocupación

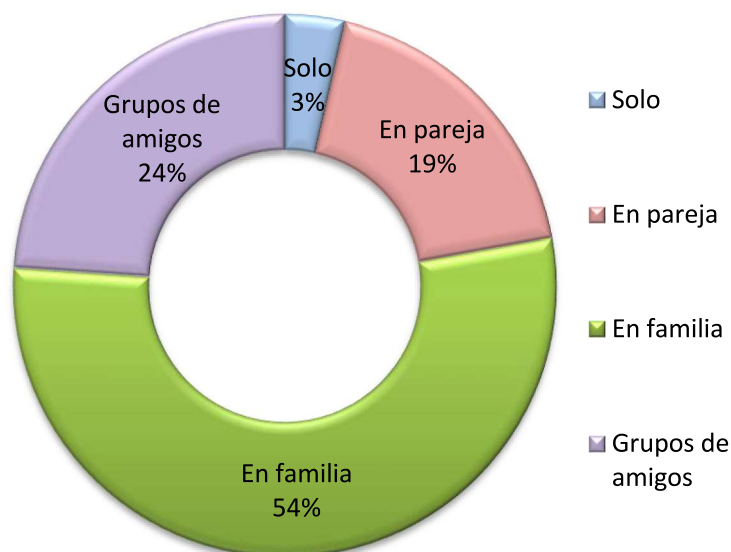
Gráfico 10: Ocupación de visitantes

Análisis del gráfico: Un 49% de los turistas encuestados en Nahuizalco, son empleados del sector formal, además un 27% proviene de la comunidad estudiantil, estas dos ocupaciones que más visitan este municipio en conjunto suman 76%. El resto, 24% corresponde a turistas jubilados y empleados del sector informal.



8) ¿Con quién acostumbra practicar actividades turísticas?

Gráfico 11.
¿Con quién acostumbra practicar actividades turísticas?

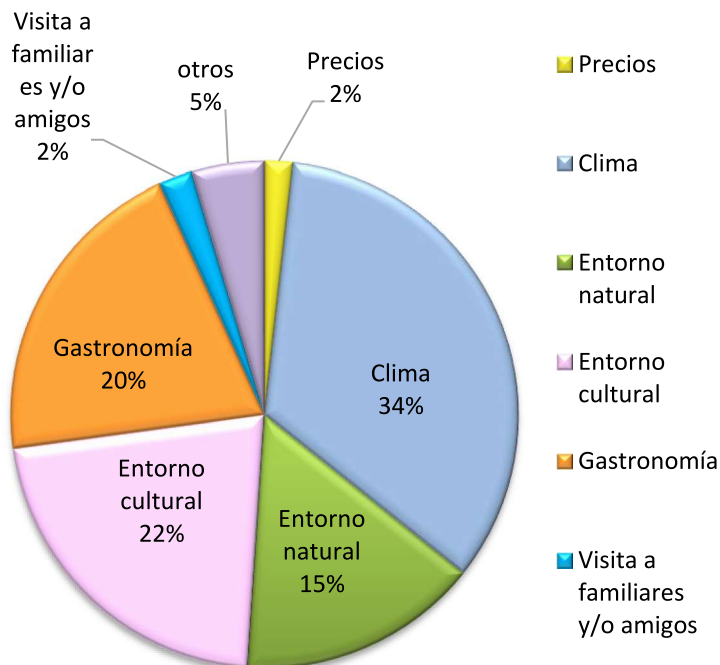


Análisis de la gráfica: Del 100% de los turistas entrevistados, un 54% acostumbra realizar turismo en familia; esto figura más de la mitad, también un 24% realizan sus prácticas turísticas con grupos de amigos, las dos clasificaciones anteriores representan la mayor parte con un 78%, en pareja 19% y solo 3%.

9) ¿Qué le hizo elegir la Ruta de Las flores entre otros destinos o rutas turísticas?

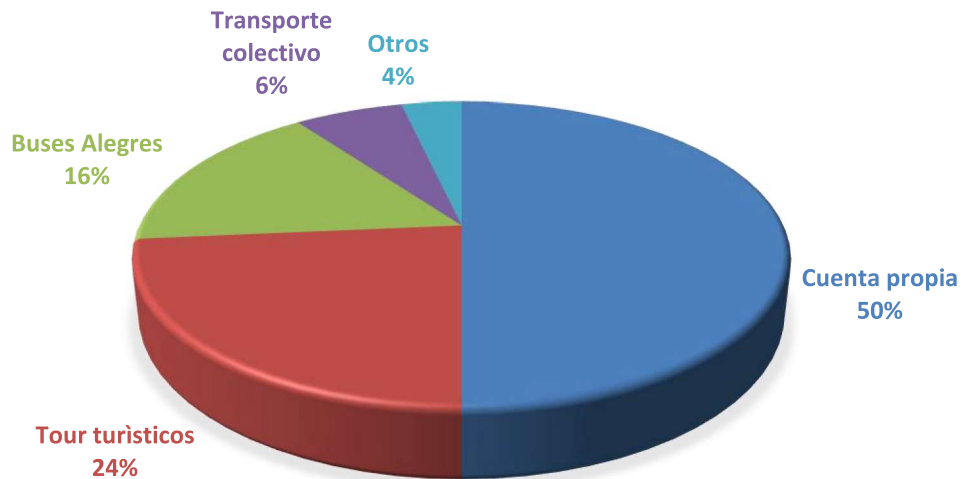
Gráfico 12
Elección de Ruta de Las Flores entre otros destinos o rutas turísticas?

Análisis de la gráfica: los datos proporcionados por las 280 personas encuestadas, nos reflejan que un 34% prefiere la Ruta de Las Flores como destino turístico por su *clima*, mientras que un 22% se inclina más por su entorno Cultural; tanto el entorno natural como la gastronomía presentan de manera similar un 15% y 20% respectivamente, lo que indica que estas elecciones (91%) crean un entorno agradable y grato al visitante durante su estadía.



10) ¿Qué medio de transporte utiliza para visitar la Ruta de Las Flores?

Gráfico 13.
Medio de transporte utilizado para visitar la Ruta de Las Flores?

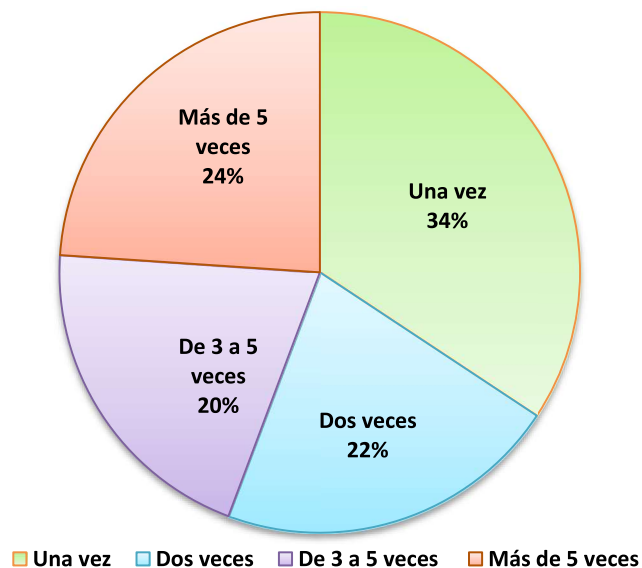


Análisis del gráfico: En el *gráfico 13*, se observa que de la muestra de 280 personas que visitan Nahuizalco, un 50% lo hace por cuenta propia, un 24% recurre a los *tour turísticos*, un 16% utiliza los buses alegres, y sólo un 6% viaja en transporte colectivo.

11) En el último año ¿Cuántas veces ha visitado *La Ruta de Las Flores*?

Gráfico 14.
En el ultimo año ¿Cuántas veces ha visitado la Ruta de Las Flores?

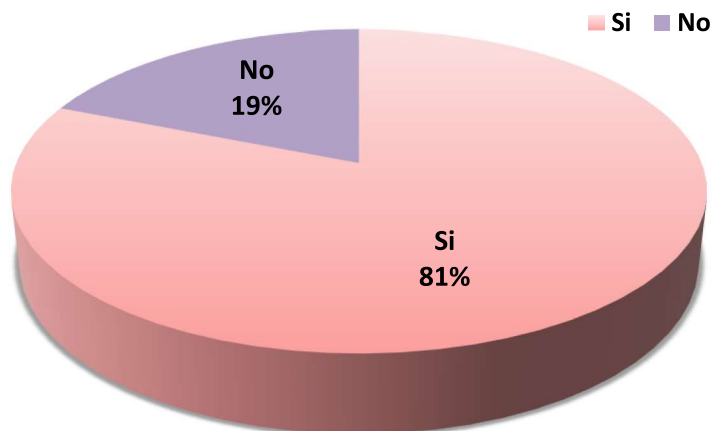
Análisis de la gráfica:
Según los datos que muest el *gráfico 14*, sob *Cuántas veces ha visitac la Ruta de las Flores en último año*, se aprecia qu los turistas son recurrent y lo han visitado más de un vez en un 66%, y solamen un 34% han visitado en último año *una vez* es municipio turístico cultura



12) El turismo cultural es el disfrute de manifestaciones culturales, artísticas, ancestrales y patrimoniales en un entorno distinto al habitual ¿Conoce sobre esta tipología de turismo?

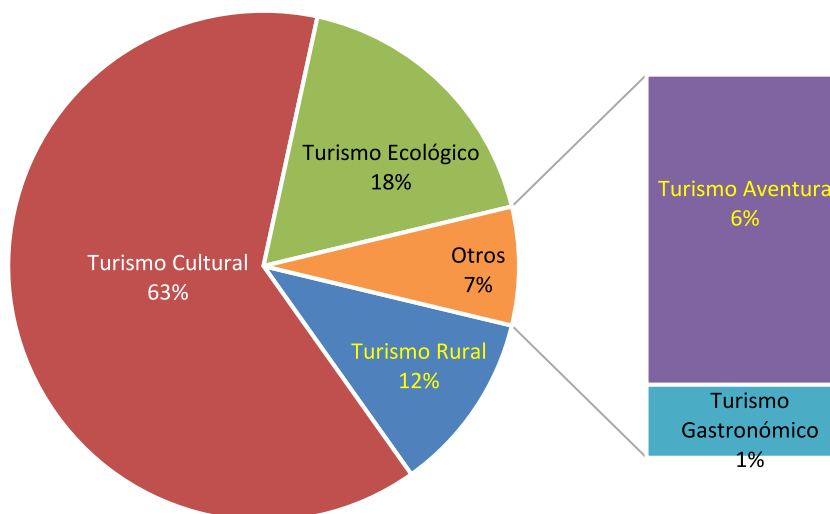
Análisis del gráfico: De las 280 encuestas realizadas a los visitantes de Nahuizalco, se aprecia que el 81% conoce de la práctica turística cultural; como disfrute de las manifestaciones culturales, artísticas, históricas y ancestrales del municipio. Solamente el 21% de la muestra no tiene conocimiento sobre esta tipología turística.

Gráfico 15.
¿Conoce sobre turismo cultural?



13) En su opinión ¿Qué tipo de turismo se practica en la Ruta de Las Flores?

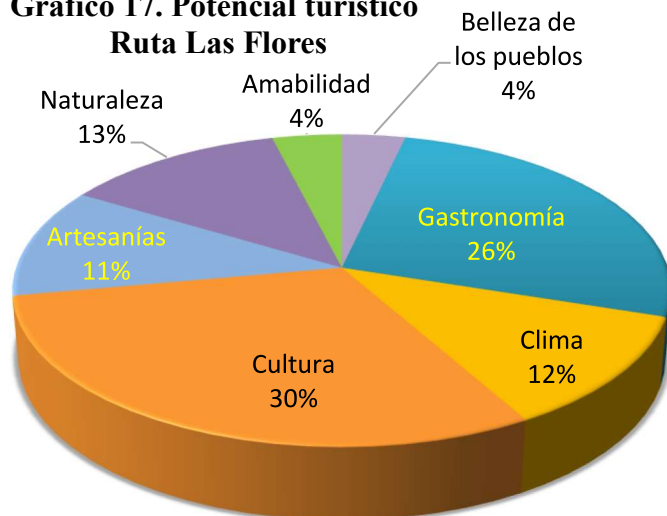
Gráfico 16. ¿Qué tipo de turismo se practica en la Ruta de Las Flores?



Análisis de la gráfica: El 63% de los turistas encuestados afirman que el tipo de turismo que se practica en la Ruta de Las Flores es *cultural*, 18% se orienta más por el ecológico y solo un 12% opina que es turismo rural. Lo que indica que el turismo cultural es el que más predomina en esta ruta turística.

14) A su parecer ¿Cuál es el potencial turístico de la Ruta de Las Flores?

Gráfico 17. Potencial turístico Ruta Las Flores



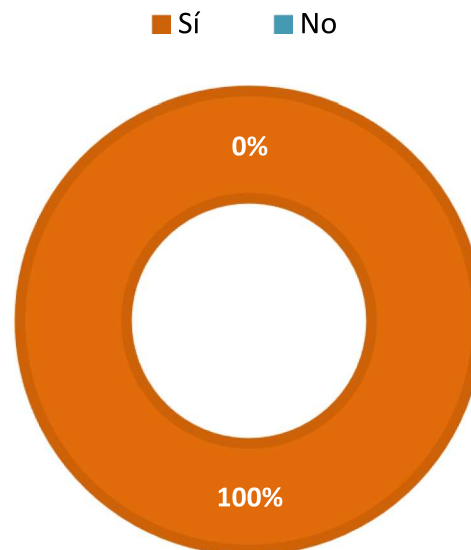
Análisis del gráfico: El conjunto de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los visitantes de Nahuizalco dentro la Ruta de Las Flores, muestran que el mayor potencial turístico se concentra en el *sector cultural* con 30% y gastronómico con 26%; pero se consideran importantes la naturaleza 13%, clima 12% y artesanías 11% que se suman como potenciales turísticos.

15) ¿Dentro de su recorrido en la Ruta de Las Flores, visita el municipio de Nahuizalco?

Análisis de la gráfica: Del resultado de las 280 personas entrevistadas, el **100%** afirmó que dentro del recorrido en la Ruta de las Flores efectivamente visitan el municipio de Nahuizalco; lo que permite determinar el objetivo de esta investigación.

Nota Aclaratoria: Esta muestra de turistas, se realizó en el municipio de Nahuizaco con 200 encuestados, y para los propósitos de análisis del perfil de la demanda turística; se sumaron 80 muestras de turistas que se encuestaron en diversos pueblos de La Ruta de Las Flores que visitan este municipio cultural.

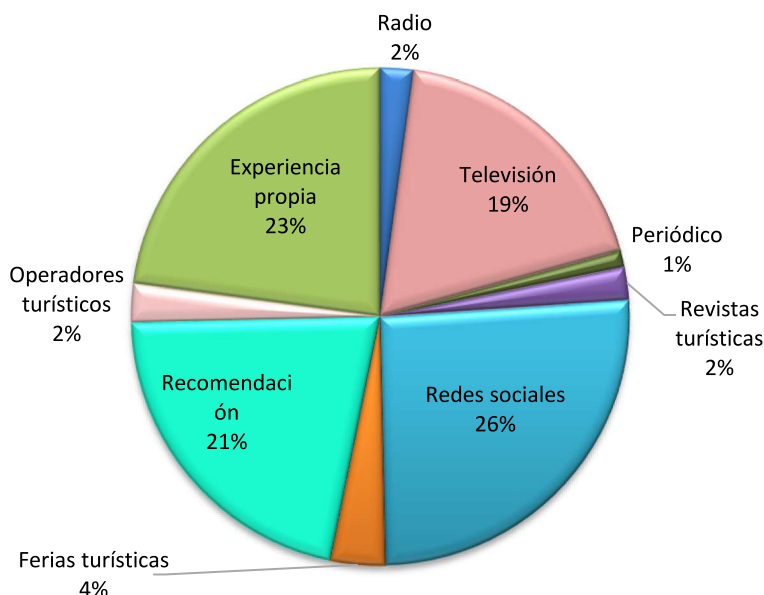
Gráfico 18. Dentro de su recorrido en la Ruta de Las Flores, visita el municipio de nahuizalco?



SECCION II – HABITOS Y MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL DE NAHUIZALCO

16) ¿Por qué medio de comunicación se enteró de los atractivos turísticos culturales de Nahuizalco?

Gráfico 19. ¿Porqué medios de comunicación se enteró de los atractivos turísticos culturales de Nahuizalco?

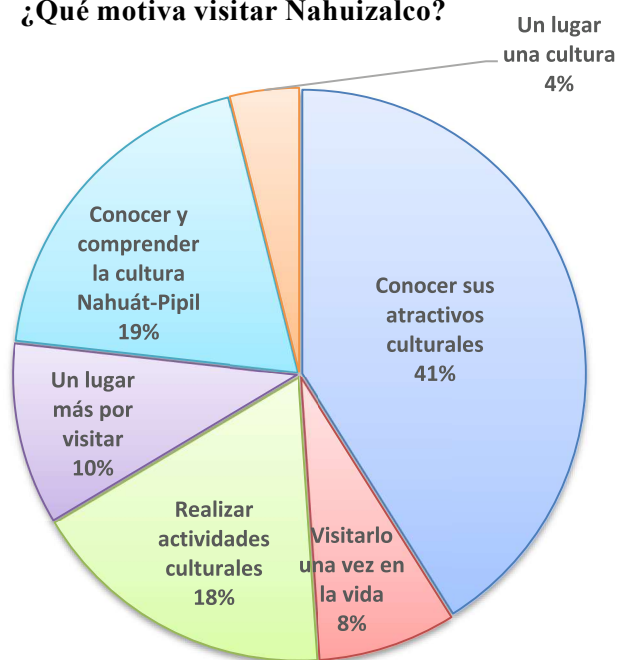


Análisis del gráfico: Según los datos que muestra el gráfico 19, se aprecia que el 26% de los visitantes se enteró de los atractivos turísticos que ofrece Nahuizalco a través de las *redes sociales*; un 23% mencionó por experiencia propia y un 21% por recomendaciones de amigos o familiares. Es de resaltar que la televisión ocupa un 19%. El resto de medios complementan 11% de la muestra.

17) ¿Qué le motiva visitar Nahuizalco como destino turístico cultural?

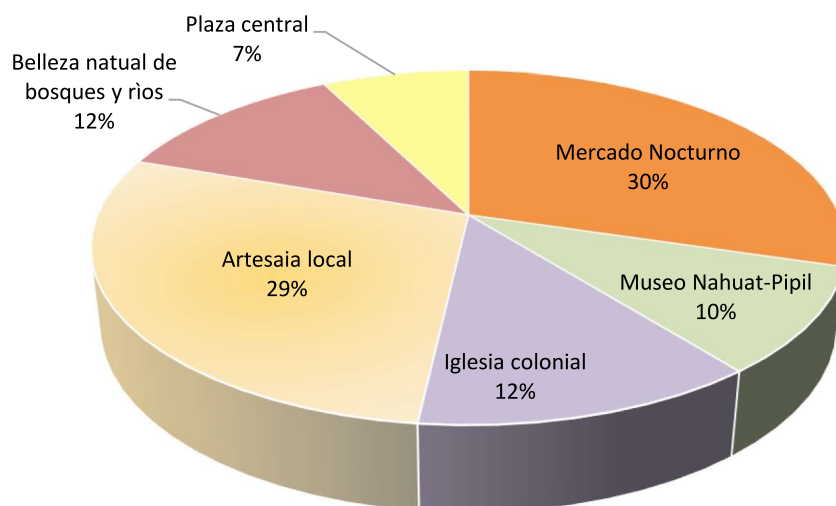
Análisis de la gráfica: En la recolección de datos que muestra el gráfico 20, se observa que la principal motivación para los visitantes encuestados es *conocer los atractivos culturales del municipio* con un 41%, una motivación secundaria es *conocer y comprender la cultura Náhuat-Pipil* con un 19% y *realizar actividades turísticas culturales* con el 18%, estas tres categorías suman 78% de la muestra. Esta gráfica advierte tres tipos de turistas: los que quieren conocer cultura, los que quieren comprender y los que participan del turismo cultural.

Gráfico 20. ¿Qué motiva visitar Nahuizalco?



18) ¿Cuál es el atractivo turístico que más le agrada de Nahuizalco?

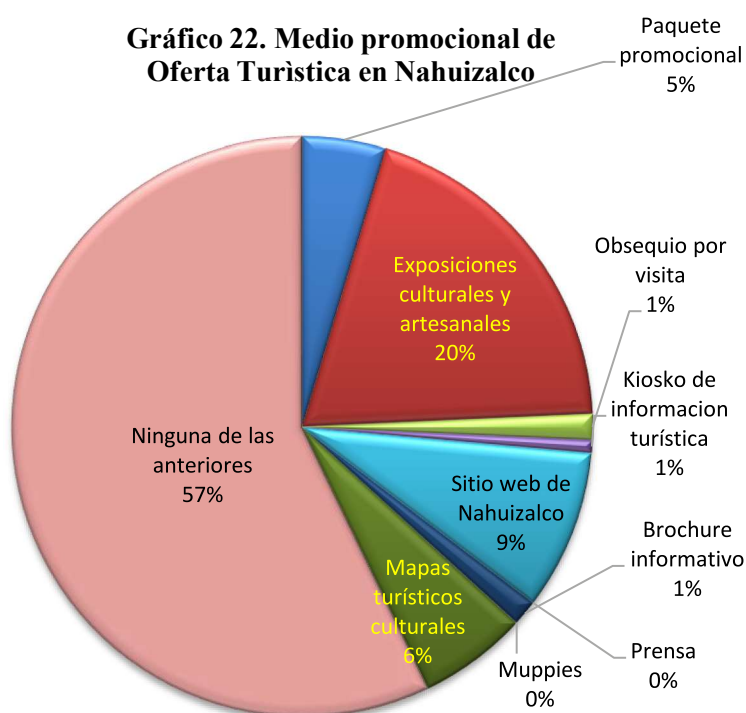
Gráfico 21. Atractivo turístico



Análisis de la gráfica: De los 280 turistas entrevistados que visitan Nahuizalco, se obtuvieron los resultados plasmados en la *gráfica 21*; respecto a la opinión sobre *Cuál es el atractivo turístico que más le agrada en este municipio cultural*: se aprecia que los atractivos turísticos que más les agrada se encuentran: *mercadito nocturno* con un 30%; *artesanías locales* 29%, seguido de atractivos como la infraestructura colonial que comprende la Iglesia 14%, museo Náhuat-Pipil con 8% y plaza central con 7%. Es importante observar que solamente un 12% considera como atractivo la belleza natural.

19) En su visita a Nahuizalco ¿Por qué medio promocional o publicitario conoció de su oferta turística?

Gráfico 22. Medio promocional de Oferta Turística en Nahuizalco

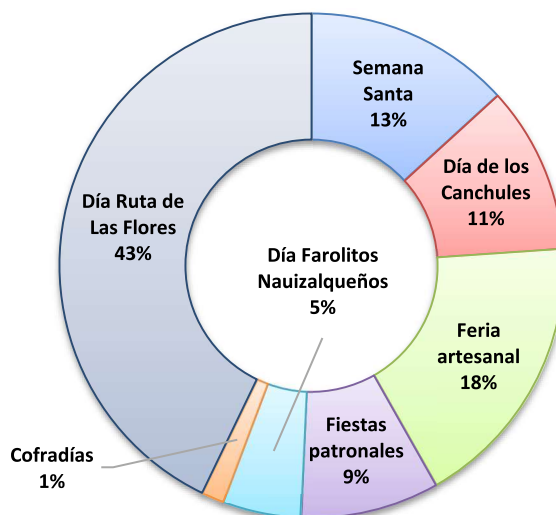


Análisis de la gráfica: De acuerdo a los resultados de los 280 turistas visitantes de Nahuizalco, la *gráfica 22*; revela que el 58% de los entrevistados no dispusieron de medios promocionales o publicitarios para conocer su oferta turística, un 20% conoció por medio de exposiciones culturales y artesanales, un 6% a través de mapas un 9% en sitio web de Nahuizalco, el paquete promocional solamente refleja el 5%. Es de notar con este análisis, se carece de medios promocionales o publicitarios para conocer de la oferta turística de este cultural municipio.

20) De los eventos culturales de Nahuizalco (tradicionales y religiosos) ¿Cuáles visita?

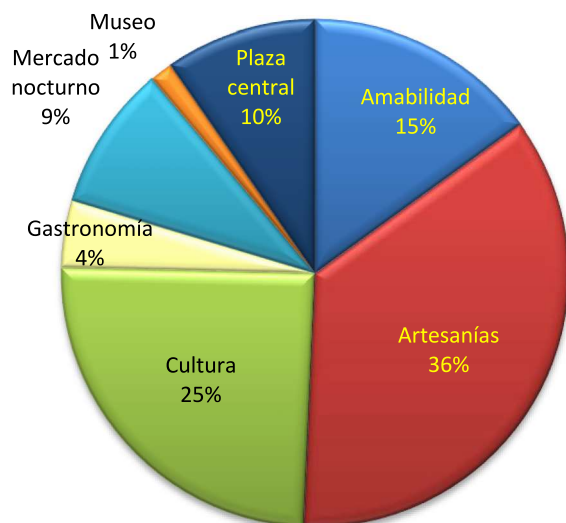
Análisis de la gráfica: De los resultados obtenidos de los 280 turistas encuestados, el evento cultural más visitado con el 43% es el *Día de la Ruta de Las Flores* (celebrado el primer domingo de octubre de cada año). En segundo plano aparecen las *ferias artesanales* con un 18%, asimismo se avocan a dicho municipio en *Semana Santa* 13%, *Día de Canchules* un 11% (celebrado el 1 de noviembre de cada año); no obstante asisten a eventos de menor escala pero de rica cultura; *Los Farolitos Nahuizalqueños* y *cofradías* con una suma del 6%. Es de mencionar que la encuesta fue realizada en periodos distintos incluyendo el *Día de La Ruta de las Flores*.

Gráfico 23. Eventos culturales más visitado de Nahuizalco



21) A su parecer en términos de competitividad turística ¿Cuál es la principal fortaleza y debilidad turística de Nahuizalco frente al resto de municipios pertenecientes a La Ruta de las Flores?

Gráfico 24. Fortaleza turística Nahuizalco



Análisis de la gráfica: De los datos obtenidos, el 61% de turistas consideran las artesanías 36% y la cultura de Nahuizalco 25%; como las principales fortalezas turísticas. Importante considerar dentro de este rubro la amabilidad de los lugareños con un 15%.

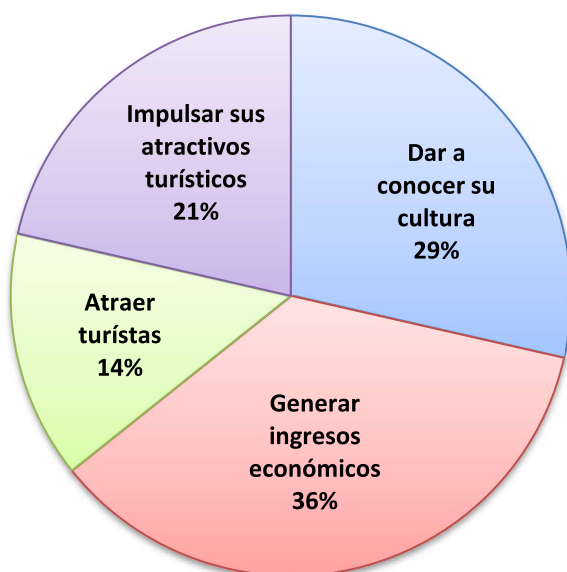
Gráfico 25. Debilidad turística Nahuizalco



Análisis del gráfico: De los datos obtenidos, el 49% de los turistas, consideran la *inseguridad* como principal debilidad turística de Nahuizalco, le acompaña un 26% que considera la *falta de atractivos turísticos*, mientras que el 13% considera la *falta de atención al turista* entre otros aspectos.

22) ¿Qué logra para los habitantes de Nahuizalco la estrategia *Pueblos Vivos*?

Gráfico 26. Estrategia de Pueblos Vivos en Nahuizalco



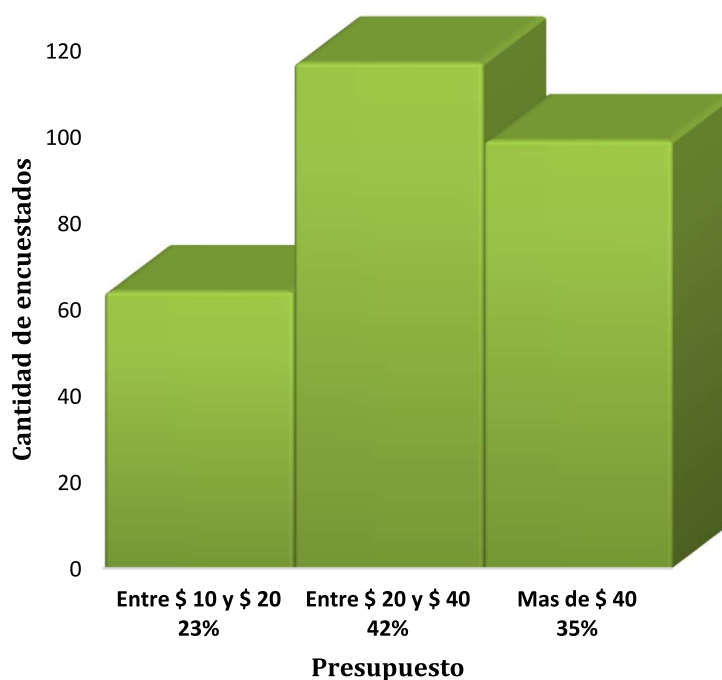
Análisis de la gráfica:

Tomando los datos colectados de los 280 turistas respecto de: *Qué se logra para los habitantes de Nahuizalco la estrategia de turismo “Pueblos Vivos”*; un 36% considera la *generación de ingresos* para los habitantes del municipio, un 29% opina que logra *dar a conocer su cultura*, 21% considera que se *impulsan atractivos turísticos* por medio de esta estrategia, mientras que un 14% opina que atrae turistas.

23) ¿Cuánto de presupuesto ha destinado para su visita turística a Nahuizalco?

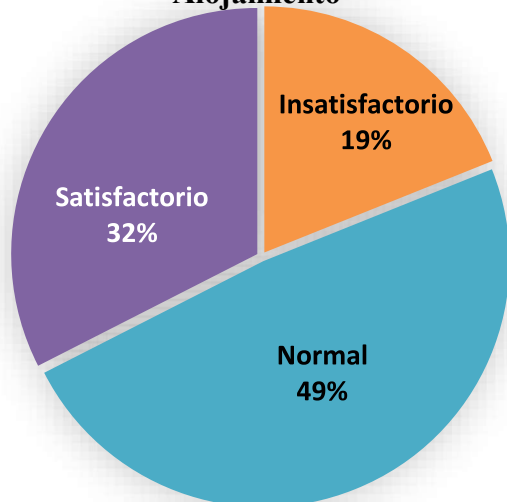
Análisis de la gráfica: De los datos obtenidos por las encuestas realizadas a turistas de Nahuizalco, *sobre el presupuesto destinado para su consumo en visita a este cultural municipio*: el 42% destina entre \$20 y \$40 dólares, el 35% de turistas consumen más de \$40 dólares y solamente un 23% presupuesta entre \$10 y \$20 para consumir en su visita al Municipio.

Gráfico 27. Presupuesto destinado en visita a Nahuizalco



- 24) Si 10 significa muy satisfactorio, 5 normal y 1 muy insatisfactorio, con una puntuación del 1 a 10 valorando cada uno de los aspectos.
¿Cómo calificaría su visita a este destino turístico?

Gráfico 28. Calificación Alojamiento



Análisis de la gráfica: De los datos obtenidos por la encuesta, respecto del *grado de satisfacción del alojamiento* en su visita a Nahuizalco; el 49% lo califica normalmente satisfactorio, 32% lo califica de satisfactorio y un 19% se encuentran insatisfechos. Es decir que un 81% de los encuestados no tienen queja en lo relativo al alojamiento.

Análisis de la gráfica: De la información obtenida de los excursionistas entrevistados, respecto *del grado de satisfacción de los restaurantes* en su visita a Nahuizalco, el 53% se encuentran satisfechos, 36% lo considera normal ; y la parte insatisfecha representa el 11% de los turistas.

Gráfico 29. Calificación Restaurantes

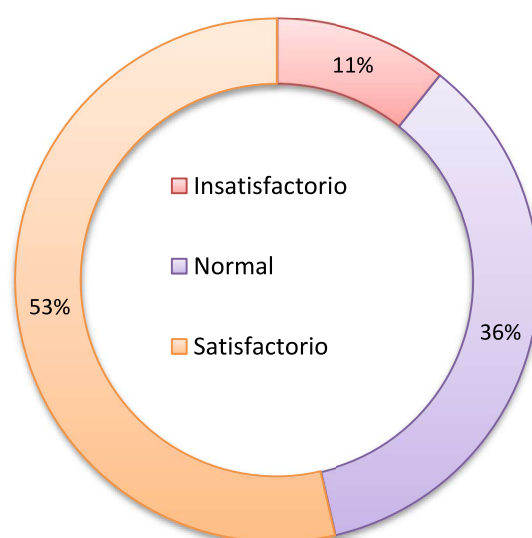
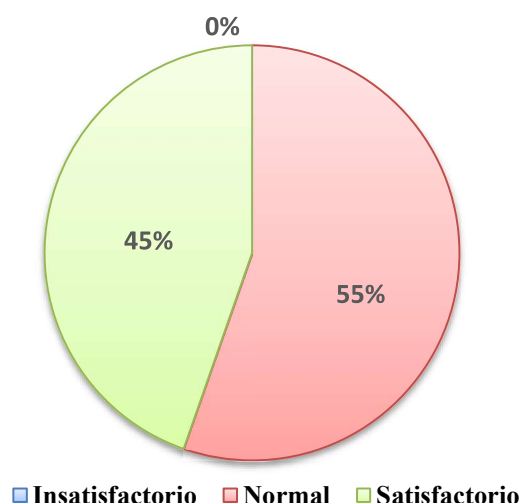


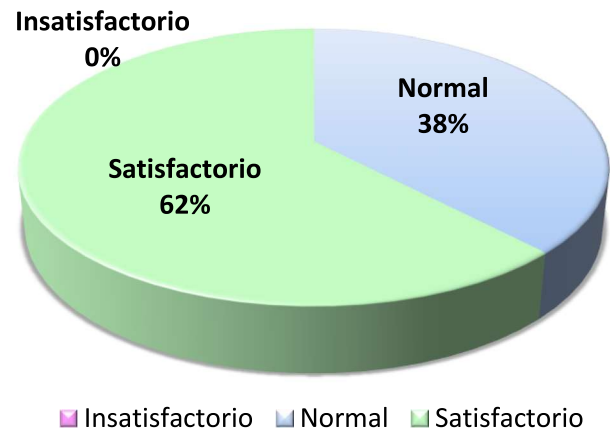
Gráfico 30. Calificación Infraestructura turística



Análisis de la gráfica: Los 280 entrevistados argumentan respecto de: *la calificación de la infraestructura turística en su visita a Nahuizalco*, como se puede apreciar el *Grafico 30*. El 55% opina que le es normal, mientras el 45% ven la infraestructura de forma satisfactoria.

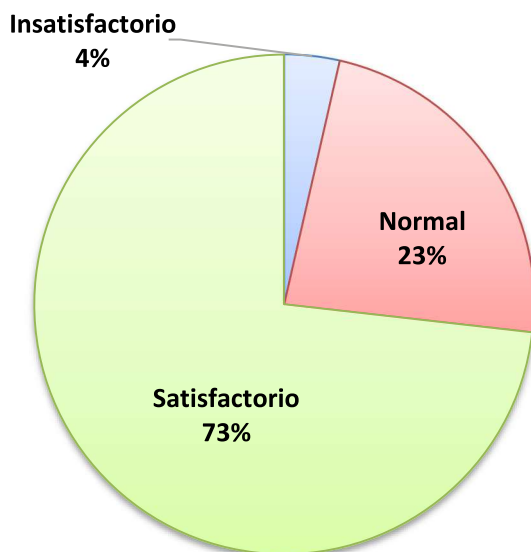
Análisis de la gráfica: Observando los datos obtenidos de la encuesta, el 62% de los turistas consideran la hospitalidad en Nahuizalco de forma satisfactoria, mientras un 38% de entrevistados lo consideran normal.

Gráfico 31. Calificación Hospitalidad



Análisis de la gráfica: los datos proporcionados por los 280 turistas encuestados, un 73% perciben *las actividades culturales* en Nahuizalco de forma satisfactoria, no obstante un grupo menor 23% ven estas actividades de forma normal; se percibe insatisfactoria esta práctica por el 4% de los excursionistas.

Gráfico 32. Calificación Actividades culturales



Análisis de la gráfica: Los turistas encuestados que visitan Nahuizalco consideran el entorno cultural: el 63% lo consideran satisfactorio y solamente un 37% lo aprecian de forma normal. Este gráfico evidencia que una calificación satisfactoria por el entorno cultural, facilita su práctica turística.

Gráfico 33. Calificación Entorno cultural

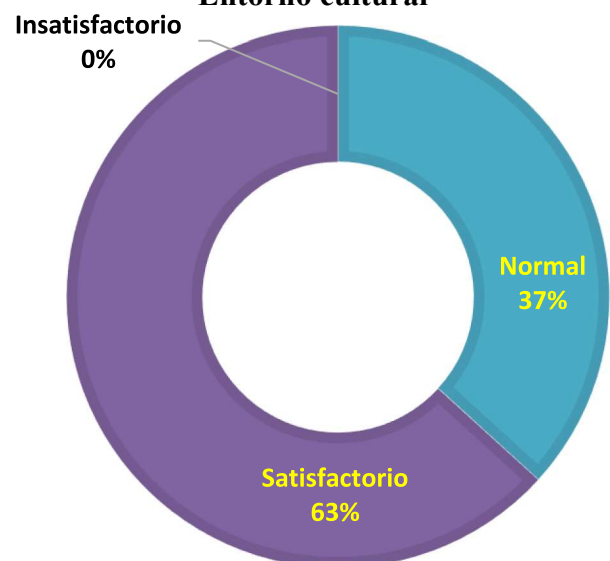
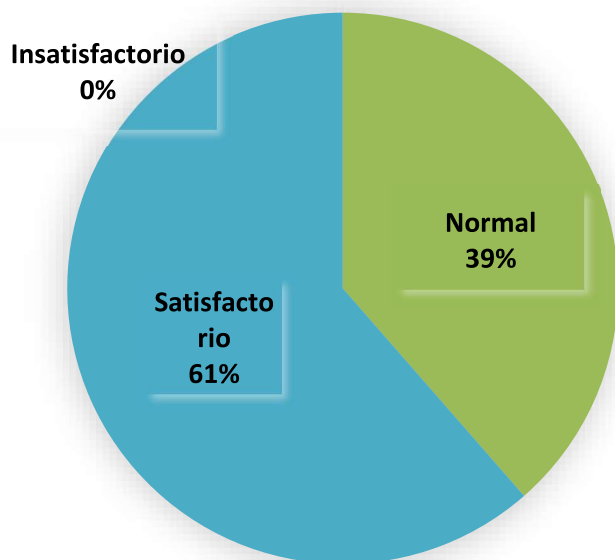


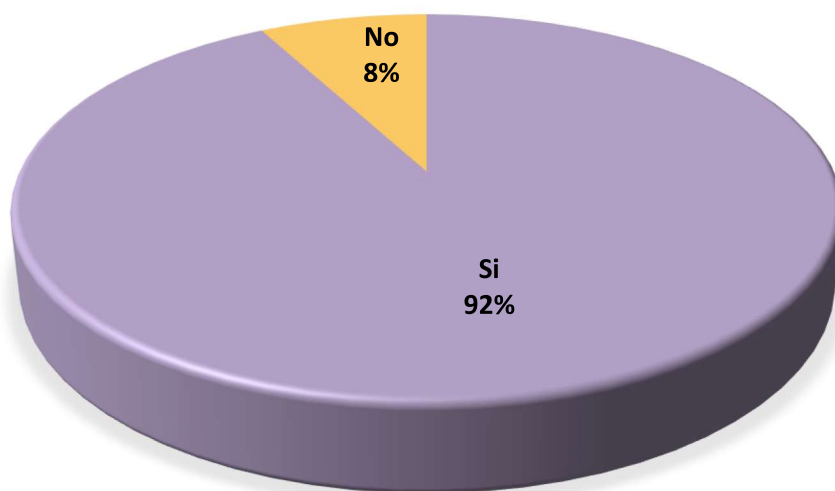
Gráfico 34. Calificación Calidad-precio



Análisis de la gráfica: Los datos proporcionados por los 280 turistas encuestados, califican la categoría *precio-calidad*: donde un 61% lo consideran satisfactorio, sin embargo un 39% de los visitantes lo reflexionan dentro de un rango normal. Este gráfico muestra que los excursionistas se sienten cómodos en su experiencia turística con la relación calidad-precio.

25) ¿Estaría dispuesto a vivir nuevas experiencias de turismo cultural en Nahuizalco?

Gráfico 35. Disposición a vivir nuevas experiencias turísticas culturales en Nahuizalco.

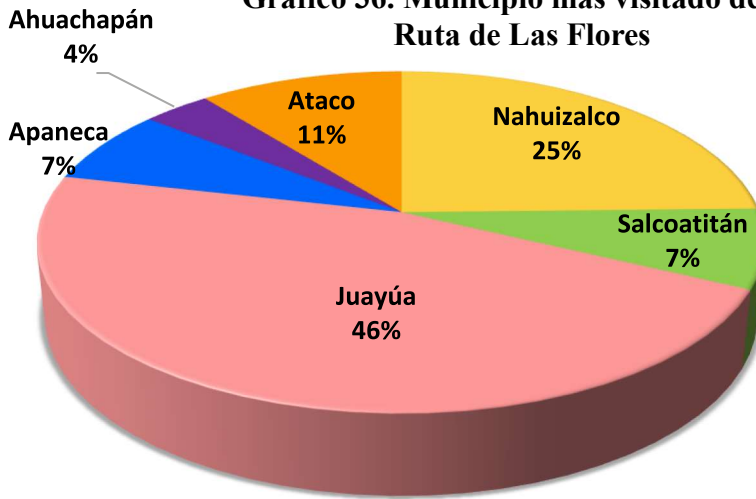


Análisis de la gráfica: De los datos proporcionados por los 280 turistas encuestados, un 92% está en la disposición de vivir experiencias turísticas culturales en Nahuizalco. Sin embargo un 8% de la muestra de excursionistas no les motiva acudir a nuevas experiencias turísticas en este municipio histórico.

SECCION III – IDENTIFICACION DE TURISTAS CULTURALES POTENCIALES

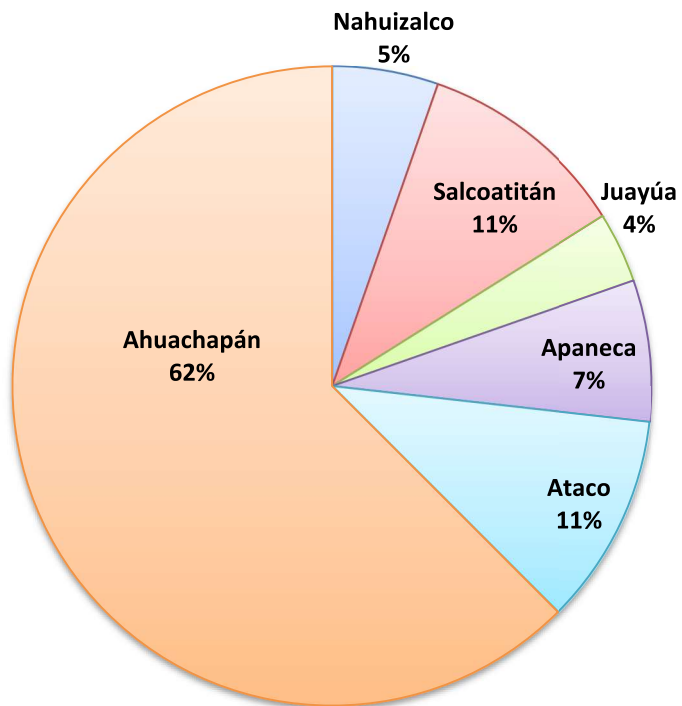
26) De los siguientes destinos de la Ruta de Las Flores: Marque con una X el municipio que más visita y encierre con un círculo el que menos visita.

Gráfico 36. Municipio más visitado de la Ruta de Las Flores



Análisis de gráfico: El municipio más visitado de la Ruta de Las Flores por parte de los turistas encuestados de Nahuizalco; es **Juayúa con un 46%**, seguido por su puesto de su propio municipio (Nahuizalco) con 25%, Salcoatitán es el tercer municipio con un 7%, concluyendo con 22% para el resto de Municipios de esta ruta turística.

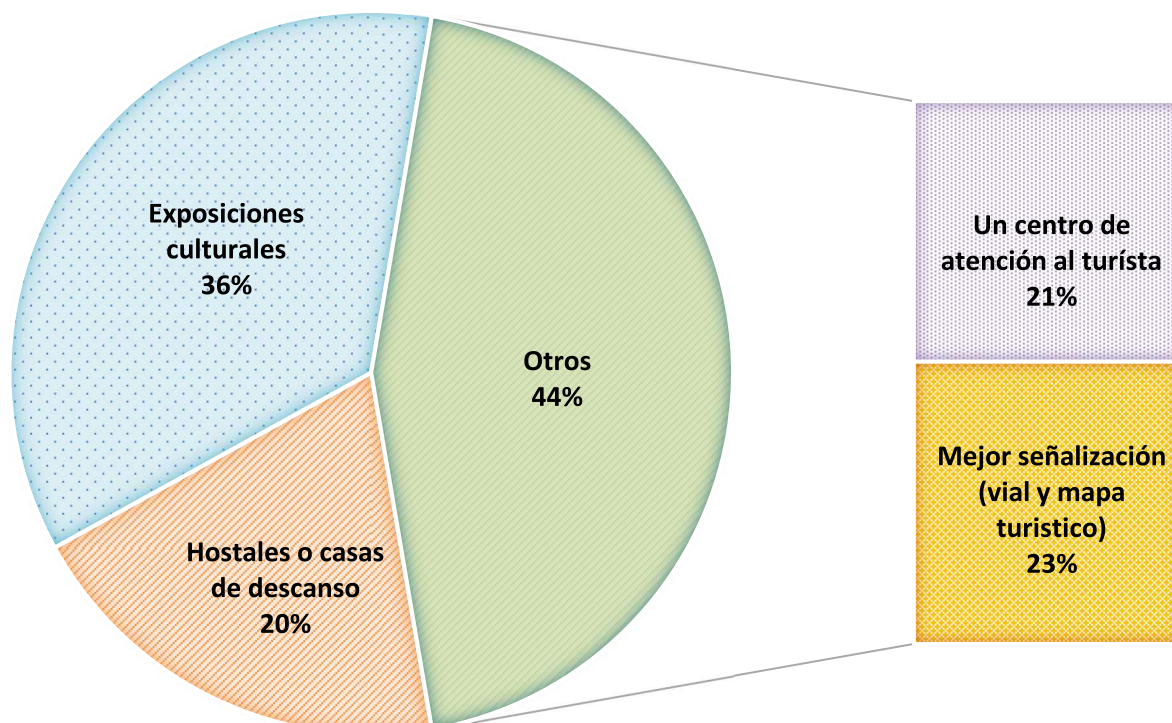
Gráfico 37. Municipio menos visitado de la Ruta de Las Flores



Análisis de la gráfica: El municipio menos visitado, de acuerdo a los resultados de los 280 turistas en Nahuizalco, según *gráfica 37*; es **Ahuachapán con el 62%** Salcoatitán y Ataco aparecen como los segundos menos visitado con el 11% respectivamente, se aprecia un 16% para el resto de municipios menos visitados de la Ruta de Las Flores. Estos resultados son coherentes, ya que Juayúa con 4% de menos visitado, es por consiguiente el que más se visita según *el gráfico 36*.

27) ¿Qué le gustaría que tuviera Nahuizalco para que sea más visitado?

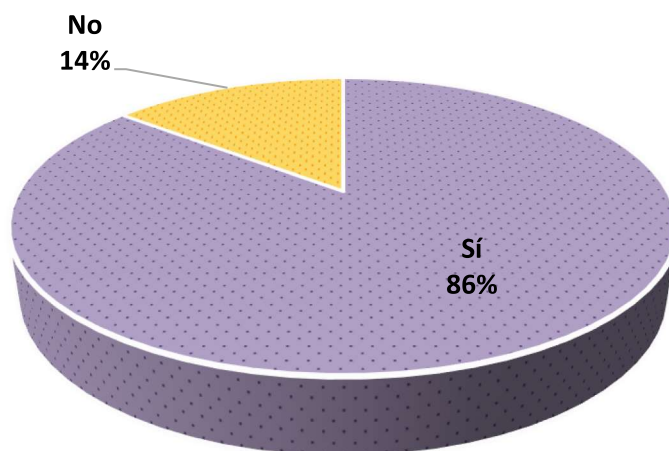
**Gráfico 38. Qué le gustaría que tuviera
turísticamente Nahuizalco, para que sea más visitado**



Análisis del gráfico: De los 280 turistas entrevistados que visitan Nahuizalco, los resultados plasmados en la *gráfica 38*; muestran una segmentación homogénea en la percepción de *Qué les gustaría como atractivo turístico en este municipio cultural*: se aprecia más del 41% de los encuestados orientados hacia la atención del turista (20% demanda hostales y un 21% un centro de atención turística), mientras otros visitantes consideran mayor presencia de exposiciones culturales con un 36%, en un mejor porcentaje (23%) se enuncia mejoras en señalización y ordenamiento del municipio.

28) ¿Estaría dispuesto a practicar el turismo cultural en Nahuizalco?

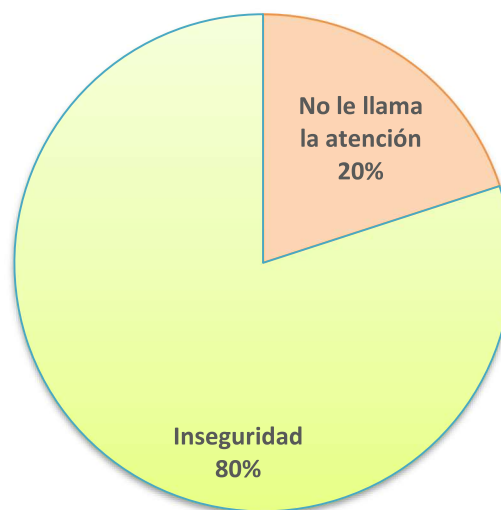
Gráfico 39. Disposición de prácticas turísticas culturales por parte de los visitantes de Nahuizalco.



Análisis de la gráfica: De acuerdo a los resultados de los 280 turistas visitantes en Nahuizalco, la **gráfica 39**; revela que el 86% de los entrevistados responden: que *sí* estarían dispuestos a explorar el Turismo cultural en este histórico municipio. Mientras solamente un 14% no ve atractiva su práctica turística.

Gráfico 40. ¿Por qué no estaría dispuesto a las prácticas turísticas de Nahuizalco ?

Análisis: El **gráfico 40** revela los argumentos del *por qué no* es atractiva la práctica turística cultural en el municipio de Nahuizalco, reflejada en el 14% (40 turistas) del **gráfico 39**. El 80% de ellos manifiesta la inseguridad como principal argumento, mientras un 20% no les llama la atención.



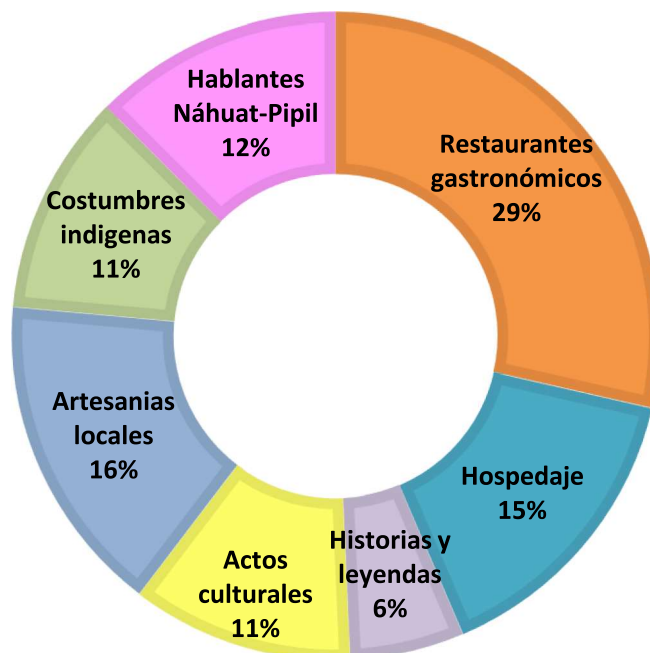
■ No le llama la atención ■ Inseguridad

SECCION IV – EXPECTATIVAS DEL TURISTA CULTURAL.

29) ¿Qué servicios de Turismo Cultural esperaba encontrar en Nahuizalco?

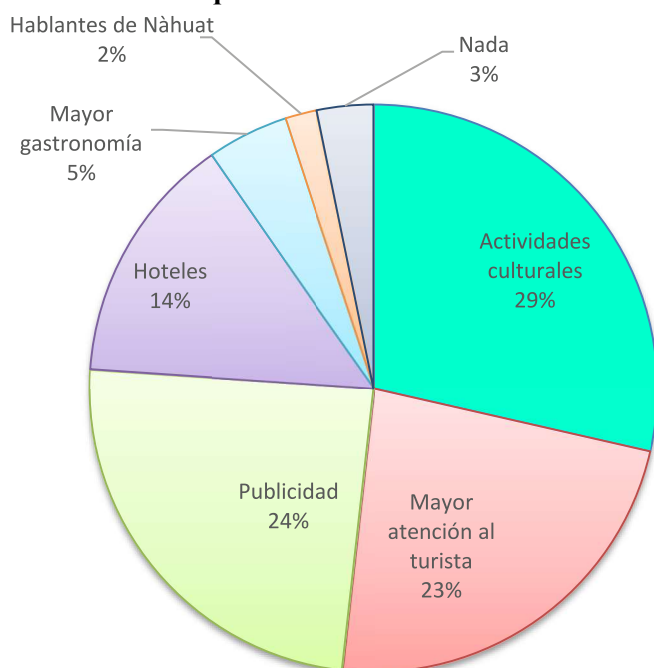
Análisis de la gráfica: Las expectativas de los servicios turísticos por parte de los turistas encuestados que visitan Nahuizalco, revela el **gráfico 41: el 56% responde a prácticas culturales propias del municipio** como: Hablantes Náhuat-Pipil 12%, Costumbres y tradiciones 11%, artesanías 16%, actos culturales y leyendas con 17%. El resto de expectativas se concentra en restaurantes gastronómicos y hospedajes con el 29% y 15% respectivamente.

Gráfico 41. Expectativas de Servicios de turismo cultural.



30) En su opinión ¿Qué le falta a Nahuizalco para ser turísticamente más atractivo?

Gráfico 42. ¿Qué le falta a Nahuizalco para que sea turísticamente mas atractivo?



Análisis de la gráfica: Como resultado de la encuesta realizada a 280 turistas visitantes en Nahuizalco, la **gráfica 42; dibuja, que lo que le hace falta a Nahuizalco para ser un municipio turísticamente atractivo** es: incremento de actividades culturales en la Plaza Central con el 29%; mayor publicidad con el 24%, mejorar la atención de los turistas con el 23%; sumando el 76%. El 24% restante se distribuye en el resto de expectativas turísticas.

ANEXO 13. Estudio para determinar la demanda turística potencial de Nahuizalco

Para poder determinar el perfil del turista cultural de Nahuizalco (*Demanda Potencial*), se realizó un estudio metodológico, un diseño de investigación práctico y concreto, de la que se obtuvo información y se analizaron sus resultados, las que responden a las preguntas de esta consultoría.

a) Unidad de análisis y población

- **Unidad de análisis de la demanda:** para propósitos de esta consultoría, se consideran: turistas (*visitantes o excursionistas*) nacionales e internacionales, que visitan la *Ruta de Las Flores*¹, un corredor turístico de interés nacional floreciente en cultura y naturaleza, cercana y de mayor influencia *potencial* en el mercado turístico de Nahuizalco (*municipio que se excluye por tener su propia población de estudio*).
- **Población:** conformada por los turistas (*visitantes o excursionistas*) nacionales e internacionales, que visitan la *Ruta de Las Flores*; determinando una muestra de **384 turistas**². La actividad económica principal en la mayoría de estos municipios depende del turismo y no de la agricultura, aprovechando la complacencia de ser lugares de belleza natural, de tradición cultural, y donde además se encuentra la más variada arquitectura, gastronomía y artesanías.

b) Técnica e instrumento cuantitativa utilizada

Técnica: la *Encuesta turística de la demanda*, en donde se recopiló información de la *demanda potencial*, según la muestra determinada.

- **Instrumento:** se utilizó el *cuestionario* formado por un conjunto de preguntas formuladas para medir percepciones y experiencias de *los visitantes encuestados*; en donde el objetivo principal es: *recolectar información que permita identificar el perfil o las características de los visitantes que realizan Actividades Turísticas Culturales en la Ruta de Las Flores, con la finalidad de conocer las preferencias turísticas*.

Nota: se recurre al mismo cuestionario utilizado en el estudio de la demanda turística real.

Como parte de la técnica de recaudación, se encuestó en tránsito a los visitantes de esta ruta que se transportan en los viajes realizados en los *buses alegres* organizados por el Instituto Salvadoreño de Turismo (*ISTU*), con la intención de obtener la vivencia y la experiencia turística.

¹ Esta zona turística, se transita desde Sonsonate hasta Ahuachapán comprendiendo 6 destinos: Nahuizalco, Salcoatitán, Juayúa, Apaneca, Ataco y Ahuachapán. Esta ruta es considerada uno de los puntos turísticos más desarrollados en generación de ingresos, y la segunda más visitada junto a la ruta Sol y Playa.

² En un *Muestreo Probabilístico*, cuando la población es desconocida, se aplica la fórmula de estudios sencillos.

Se enuncian a continuación las principales limitaciones en la investigación de la *demanda turística potencial de Nahuizalco*:

- La *demanda turística potencial* no cuenta con registros estadísticos precisos, la afluencia turística de los visitantes de la *Ruta de Las Flores* es variante.
- El estudio se realizó en su mayor parte en la celebración “*Día de la Zona de la Ruta de las Flores de El Salvador*”³, el primer domingo del mes de octubre de 2016 y culminando en diciembre del mismo año.
- Solamente se encuestaron 270 turistas (*en razón del tiempo de esta consultoría*)⁴

Para distribuir la muestra debidamente representada en la Ruta, se utilizó el procedimiento de la *proporción*, que representa cada grupo respecto al total de la población. Esta operación simple es muy similar al muestreo estratificado, el **cuadro 1** ilustra la afijación proporcional de la muestra de la demanda turística potencial para la *Ruta de Las Flores*.

Nota: Ante la limitante de no conocer registros estadísticos por cada pueblo participante, para la afijación proporcional de la muestra; se partió del criterio de una distribución representativa por igual para cada municipio que conforma *La Ruta de Las Flores*; sin embargo la investigación en campo demostró que la distribución corresponde al flujo de turistas en donde es mayoritario en unos municipios que en otros.

Cuadro 1. Circulación proporcional de cuestionarios según muestra de la demanda turística potencial de la *Ruta Las Flores*, por municipio participante.

Municipio	Ubicación geográfica con respecto a San Salvador y Nahuizalco	Cantidad		
		Muestras	Cuestionarios asignados	Encuestas realizadas
Salcoatitán	Pertenece al departamento de Sonsonate, a 84 Km. de la capital y a 12 Km. de Nahuizalco.	76	80	40
Juayúa	Departamento de Sonsonate, a 85 Km. de la capital y a 13 Km. de Nahuizalco.	76	80	80
Apaneca	Pertenece al departamento de Ahuachapán, 91 Km de San Salvador y 20 Km de Nahuizalco.	76	80	40
Concepción de Ataco	5 Km. de Apaneca, en dirección a Ahuachapán. 95 Km de la capital y a 23 Km. de Nahuizalco.	80	85	80
Ahuachapán	100 km de San Salvador y 28 Km. de Nahuizalco.	76	80	30
Total de muestras, circulación de cuestionarios y encuestas realizadas		384	405	270

Fuente: Elaboración propia.

³ Según estimaciones de la Unidad de Inteligencia de Mercado de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y datos coincidentes del Ministerio de Turismo (MITUR); “*El día de La Ruta de La Flores*”, genera un impacto económico de \$250,000 que dinamiza la economía de los micro y pequeños empresarios de la zona, con una población que supera los 20,000 turistas nacionales en su mayoría procedentes del departamento de San Salvador, movilizándose en los 6 municipios participantes. La Asamblea Legislativa de la República de El Salvador, decretó en el año 2014, el primer domingo del mes de octubre de cada año “*Día de la Zona de la Ruta de las Flores de El Salvador*”, en reconocimiento a su valor cultural entre otros, como parte de nuestras tradiciones salvadoreñas.

⁴ Se encuestó el 70% de la muestra determinada (*ya contempla la resta de 80 encuestas que fueron analizadas en la demanda real*), esto por razones de flujo turístico en algunos municipios de la *Ruta de Las Flores* y la temporalidad de este estudio. Sin embargo se considera una cifra aceptable para los propósitos de esta consultoría.

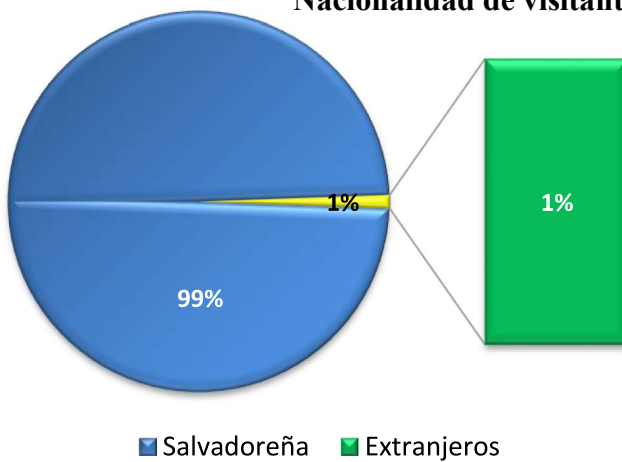
c) Análisis de los resultados del Perfil de la demanda turística cultural de Nahuizalco

El presente anexo, analiza los resultados obtenidos y recolectados, utilizando el muestreo probabilístico mediante la técnica de encuesta con la intención de identificar el perfil o las características de 270 turistas (*visitantes o excursionistas*) nacionales e internacionales que visitan y practican actividades turísticas en *La Ruta de Las Flores*, se utilizó como instrumento de investigación el cuestionario.

SECCION I – PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO

1) A) Nacionalidad

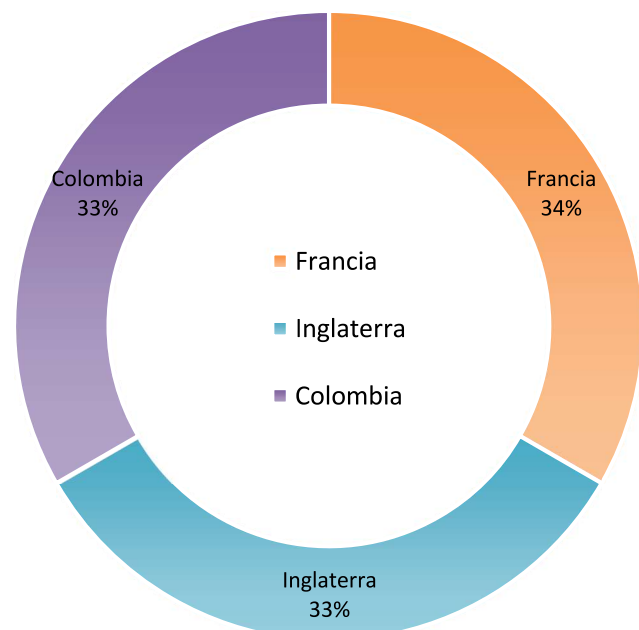
Gráfico 1.
Nacionalidad de visitantes



Análisis de la gráfica: Según el resultado de la *gráfica 1*; se aprecia que el 99% (267 turistas) de los 270 visitantes de *La Ruta de Las Flores*, son de nacionalidad salvadoreña, mientras que solo un 1% de los turistas son extranjeros.

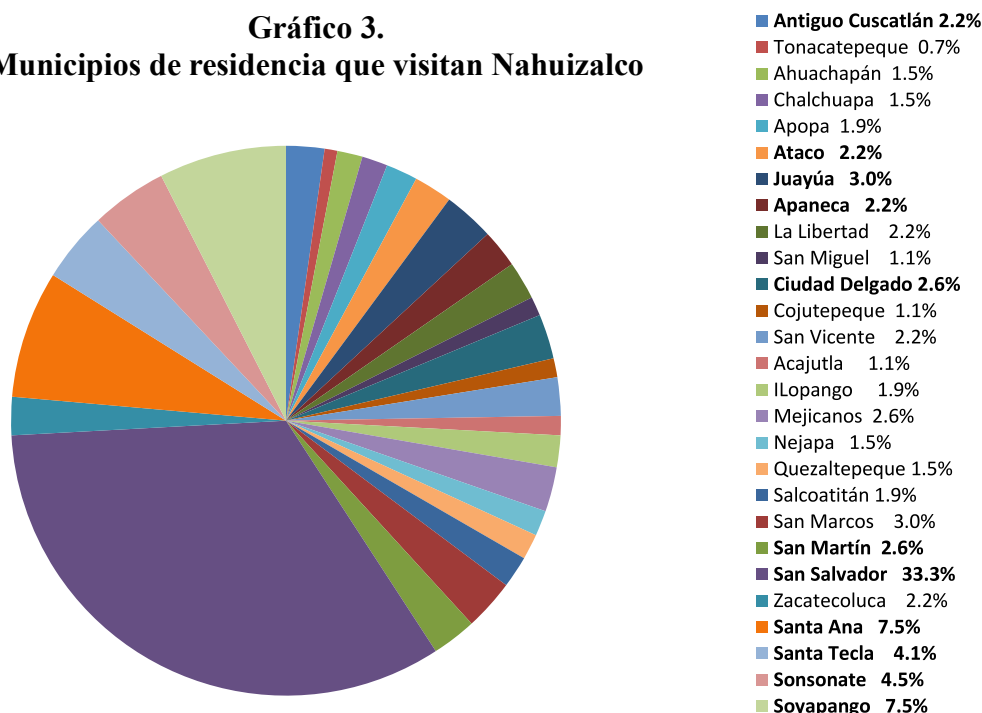
Análisis del gráfico: del 1% del resultado de la *gráfica 1* (3 turistas), son de nacionalidad variante: se contó con la presencia de viajeros de los países como: Francia, Inglaterra y Colombia, cada uno de ellos con el mismo porcentaje del 33%. La muestra no representa a ciudadanos de Estados Unidos de América, quienes son los turistas de mayor afluencia en la muestra de 280 visitantes en el municipio de Nahuizalco.

Gráfico 2.
Turistas Extranjeros



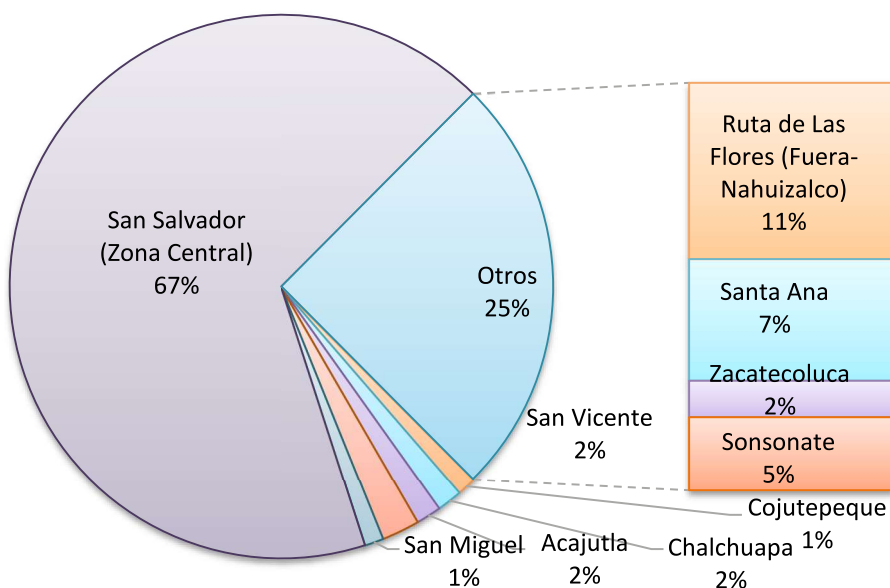
1) B) Municipio de residencia

Gráfico 3.
Municipios de residencia que visitan Nahuizalco



Análisis de la gráfica: De los 267 turistas encuestados de nacionalidad salvadoreña, según la *gráfica 3*; el 33.3% de los visitantes de *La Ruta de Las Flores* residen en el municipio de San Salvador, de igual manera destacan: Soyapango con un 7.5%, con igual porcentaje Santa Ana y Sonsonate con el 4.5%. Se aprecia que esta ruta turística es visitada por un amplio portafolio de distintos lugares de la República de El Salvador.

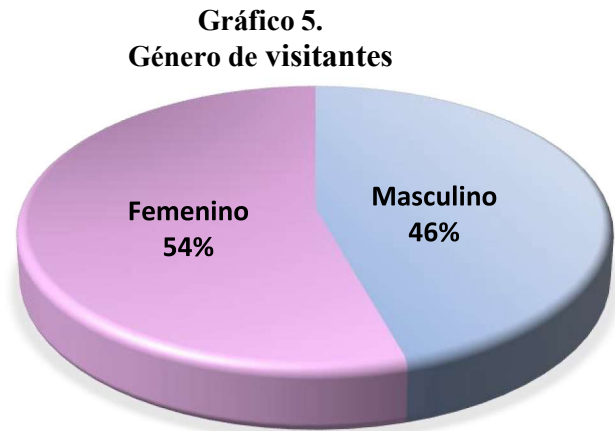
Gráfico 4.
Municipios de residencia que visitan Nahuizalco
(Fusión de municipios zona central)



Análisis del gráfico: El propósito de este *gráfico 4*, es formar los municipios de: la zona central del país, junto con *La Ruta de Las Flores* para tener un panorama más integral. Se observa que el 67% de los turistas provienen de la zona central del país. Un 11% de visitantes pertenece a los municipios de la Ruta de Las Flores.

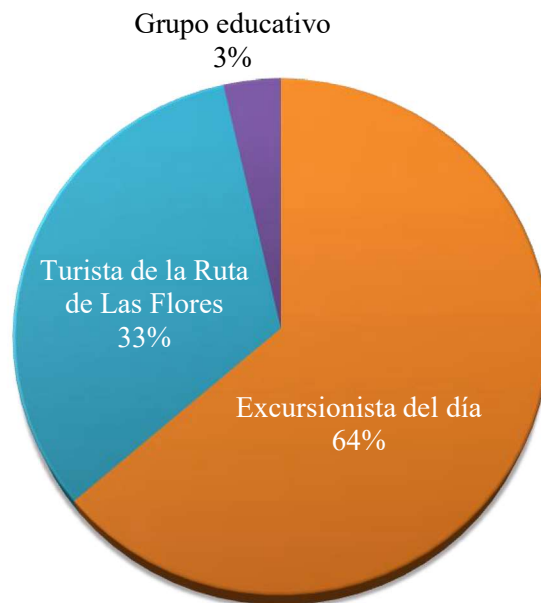
2) Género

Análisis de la gráfica: En el *gráfico 5*, se observa que entre los 270 encuestados la mayor afluencia de personas que visitan *La Ruta de Las Flores* pertenece al género femenino con un 54% y de modo similar 46% es masculino.



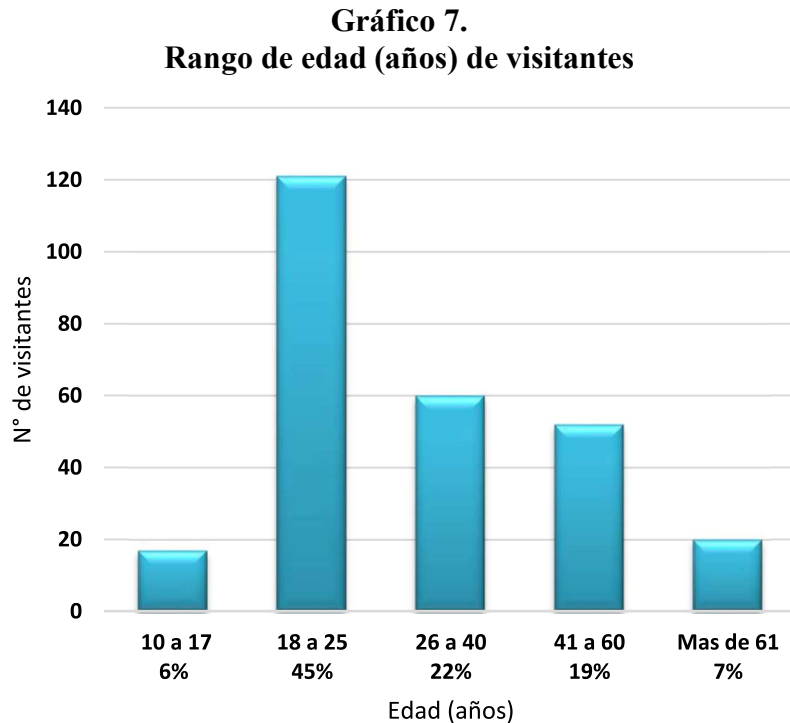
3) Categoría de visitante

Gráfico 6.
Categoría turística de visitantes



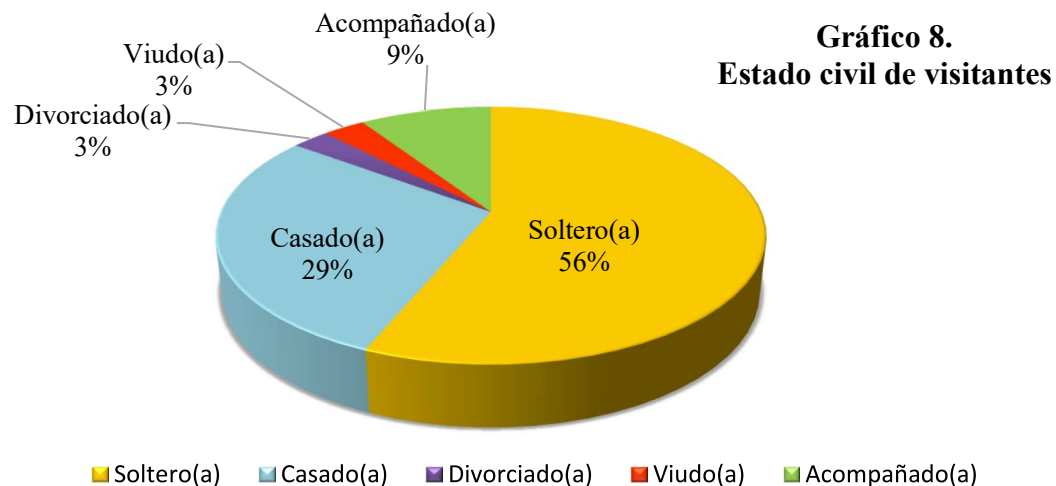
Análisis del gráfico: El conjunto de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los turistas de *La Ruta de Las Flores*, muestran que la categoría de los visitantes que más participan en este municipio son los *Excursionistas del día* con un 64%, también de manera sobresaliente se observa que un 33% son *turistas de esta ruta*, y un 12% son *Grupos educativos*.

4) Edad (años)



Análisis de la gráfica: En los datos obtenidos a través de la encuesta, el gráfico 7, indica que los que prefieren visitar *La Ruta de las Flores*, se encuentran entre el rango de edad de 18 a 40 años, lo que representa el 67% de la muestra; el 19% corresponde a la edad de 41 a 60 años. Este estudio demuestra que la mayor parte de la población turística es *adulto-joven*.

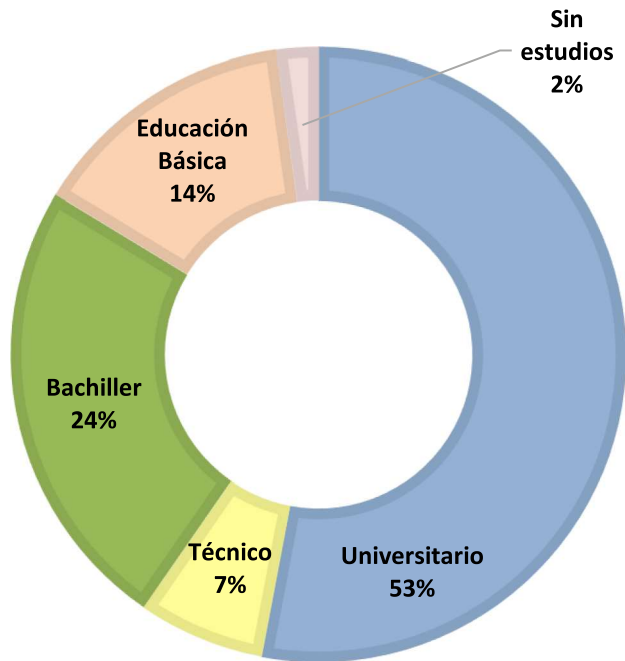
5) Estado Civil



Análisis del gráfico: Según la investigación realizada a los turistas de *La Ruta de Las Flores*, el *estado civil* de los visitantes es soltero(a) con el 56%; ya que cuentan con el tiempo y los recursos para realizar este tipo de actividades turísticas. Sin embargo, la población casada representa un porcentaje significativo del 29%, colocando en lo individual un rango menor del 9% a las demás categorías.

6) Nivel de estudio

Gráfico 9: Nivel de Estudio



Análisis de la gráfica: De los 270 turistas encuestados, un 53% son universitarios con inclinación al gusto por la cultura, 24% son Bachilleres, estudiantes de básica un 14% y técnicos con un 7%. Esta muestra, busca disfrutar de la cultura, tradiciones e historia ancestrales del lugar; lo que evidencia que los visitantes de *La Ruta de Las Flores* cuentan con un nivel de estudio académico.

7) Ocupación

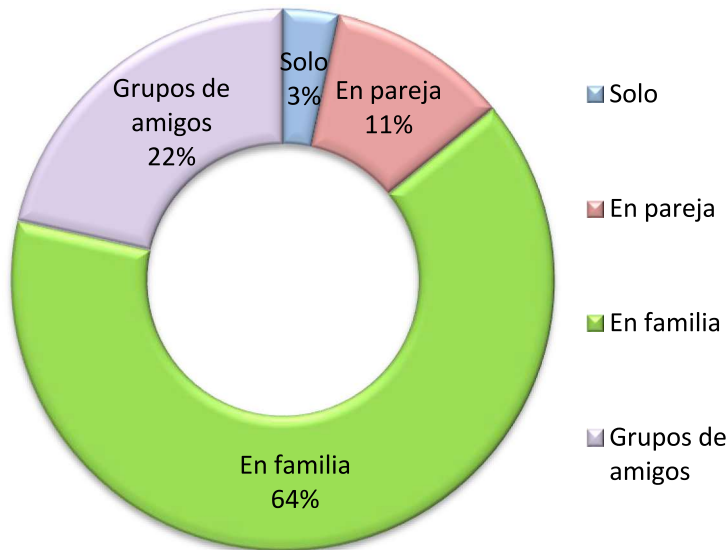
Gráfico 10: Ocupación de visitantes

Análisis del gráfico: Un 41% de los turistas encuestados que visitan *La Ruta de Las Flores* son empleados del sector formal, además un 34% proviene de la comunidad estudiantil, estas dos ocupaciones que más visitan este municipio en conjunto suman 75%. El resto, 25% corresponde a turistas jubilados y empleados del sector informal.



8) ¿Con quién acostumbra practicar actividades turísticas?

Gráfico 11.
¿Con quién acostumbra practicar actividades turísticas?

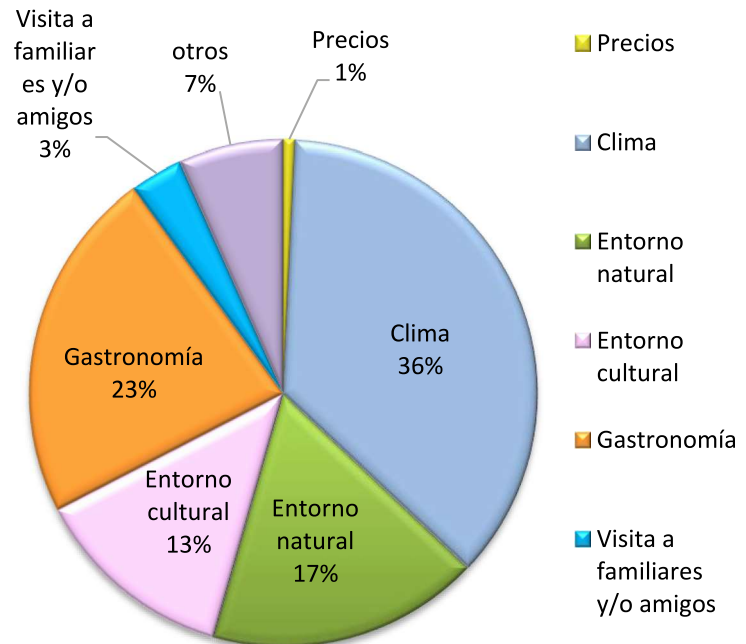


Análisis de la gráfica: Del 100% de los turistas entrevistados, un 64% acostumbra realizar turismo en familia; esto figura más de la mitad, también un 22% realizan sus prácticas turísticas con grupos de amigos, las dos clasificaciones anteriores representan la mayor parte con un 86%, en pareja 11% y solo 3%.

9) ¿Qué le hizo elegir la *Ruta de Las flores* entre otros destinos o rutas turísticas?

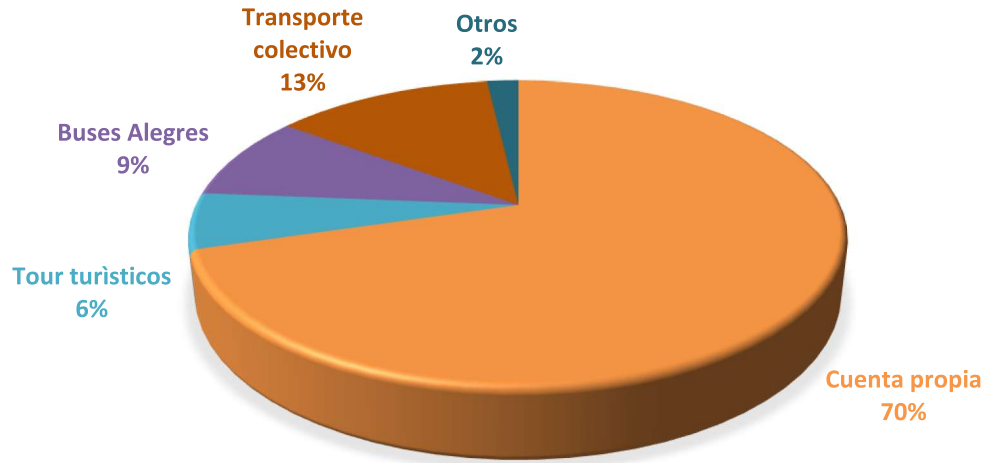
Gráfico 12
Elección de Ruta de Las Flores entre otros destinos o rutas turísticas?

Análisis de la gráfica: los datos proporcionados por las 270 personas encuestadas, nos reflejan que un 36% prefiere la *Ruta de Las Flores* como destino turístico por su *clima*, mientras que un 23% se inclina por la gastronomía; y por el entorno natural y cultural, un 17% y 13% respectivamente, lo que indica que estas elecciones (89%) crean un entorno agradable y grato al visitante durante su estadía.



10) ¿Qué medio de transporte utiliza para visitar la Ruta de Las Flores?

Gráfico 13.
Medio de transporte utilizado para visitar la Ruta de Las Flores?

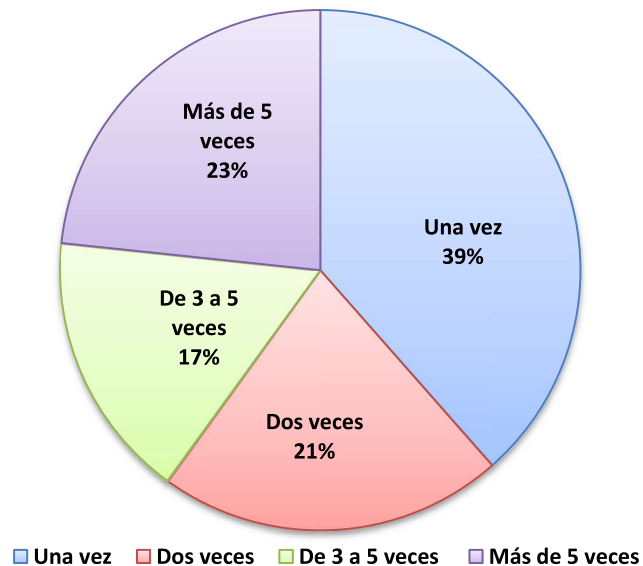


Análisis del gráfico: En el *gráfico 13*, se observa que de la muestra de 270 personas que visitan *La Ruta de Las Flores*, un 70% lo hace por cuenta propia, un 13% recurre a transporte colectivo, los buses alegres son utilizados con el 9% y los *tour turísticos* con un 6%.

11) En el último año ¿Cuántas veces ha visitado *La Ruta de Las Flores*?

Gráfico 14.
En el último año ¿Cuántas veces ha visitado la Ruta de Las Flores?

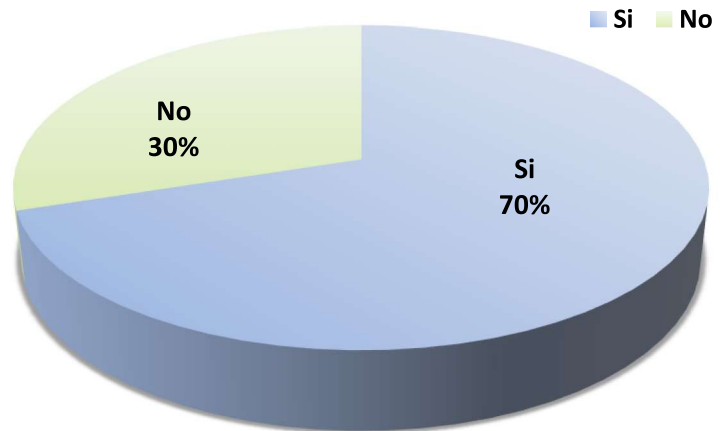
Análisis de la gráfica:
Según los datos que muestra el *gráfico 14*, sobre *Cuántas veces ha visitado la Ruta de las Flores en el último año*, se aprecia que los turistas son recurrentes y lo han visitado más de una vez en un 61%, y solamente un 39% han visitado en el último año *una vez* esta ruta turística.



12) El turismo cultural es el disfrute de manifestaciones culturales, artísticas, ancestrales y patrimoniales en un entorno distinto al habitual ¿Conoce sobre esta tipología de turismo?

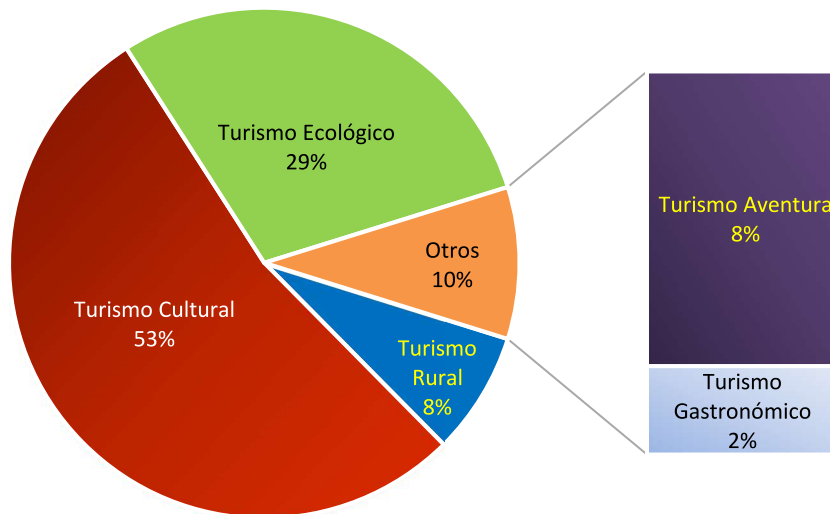
Análisis del gráfico: De las 270 encuestas realizadas a los visitantes de *La Ruta de las Flores*, se aprecia que el 70% conoce de la práctica turística cultural; como disfrute de las manifestaciones culturales, artísticas, históricas y ancestrales de los municipios de la ruta. Solamente el 30% de la muestra no tiene conocimiento sobre esta tipología turística.

Gráfico 15.
¿Conoce sobre turismo cultural?



13) En su opinión ¿Qué tipo de turismo se practica en la Ruta de Las Flores?

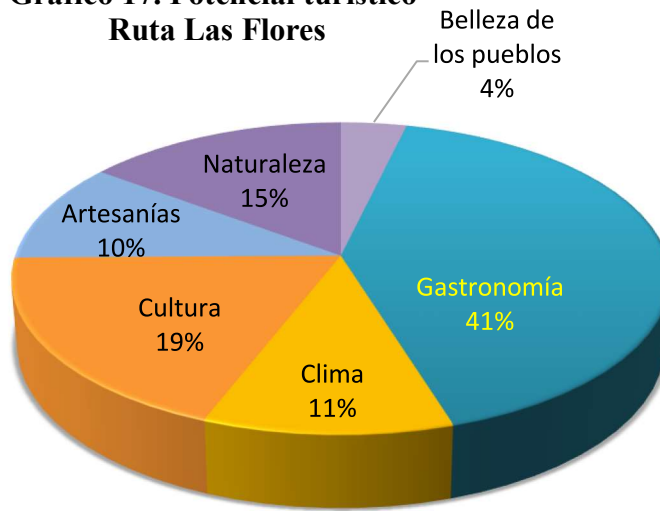
Gráfico 16. ¿Qué tipo de turismo se practica en la Ruta de Las Flores?



Análisis de la gráfica: El 53% de los turistas encuestados afirman que el tipo de turismo que se practica en la Ruta de Las Flores es *cultural*, 29% se orienta más por el ecológico y solo un 8% opina que es turismo rural. Lo que indica que el turismo cultural es el que más predomina en esta ruta turística.

14) A su parecer ¿Cuál es el potencial turístico de la Ruta de Las Flores?

Gráfico 17. Potencial turístico Ruta Las Flores



Análisis del gráfico: El conjunto de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los visitantes de *La Ruta de Las Flores*, muestran que el mayor potencial turístico se concentra en el *sector de gastronomía* con 41%, le sigue la cultura con 19%; pero se consideran importantes la naturaleza 15%, clima 11% y artesanías 10% que se suman como potenciales turísticos.

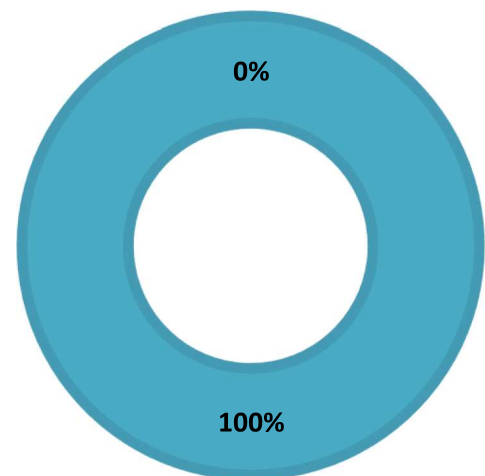
15) ¿Dentro de su recorrido en la Ruta de Las Flores, visita el municipio de Nahuizalco?

Análisis de la gráfica: Del resultado de las 270 personas entrevistadas, el **100%** afirmó que dentro del recorrido en *La Ruta de las Flores* NO visitan el municipio de Nahuizalco; es de mencionar que dentro de la ruta se encuestaron a *80 turistas adicionales* que si visitan Nahuizalco, pero estos se incorporaron a la muestra del perfil de demanda de este municipio cultural, lo que permite determinar uno de los objetivos de esta investigación.

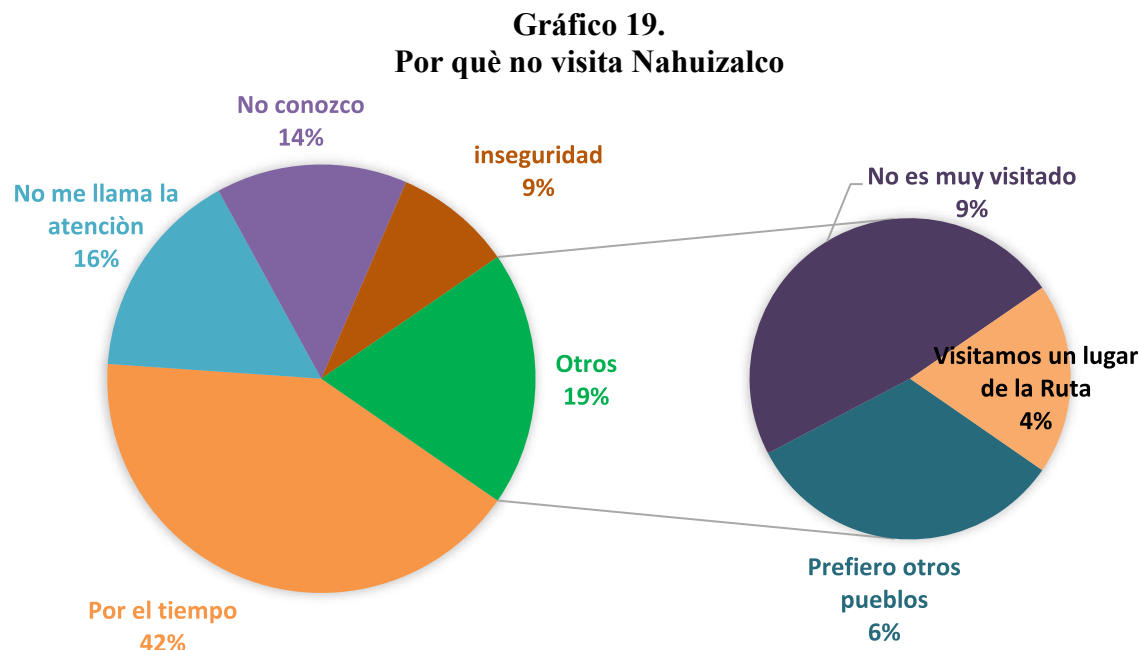
Nota Aclaratoria: La muestra de turistas que se realizó en el municipio de Nahuizalco fueron 200 encuestados, y para los propósitos de análisis del perfil de la demanda turística; se sumaron 80 muestras de turistas que se encuestaron en diversos pueblos de *La Ruta de Las Flores*.

Gráfico 18. Dentro de su recorrido en la Ruta de Las Flores, visita el municipio de nahuizalco?

■ Sí ■ No



Es importante advertir los argumentos del *por qué*, dentro del recorrido en la Ruta de Las Flores, NO se visita el municipio de Nahuizalco.



Análisis de la gráfica: El 42% de los turistas encuestados que recorren *La Ruta de Las Flores* afirman que no visitan Nahuizalco por *falta de tiempo*, un 16% comenta que no les llama la atención; un 14% expresa no conocer este municipio turístico; la inseguridad es otro argumento con el 9%, todos estos factores suman el 81%. El 19% restante se detiene: no es un lugar visitado con el 9%, visitan otros lugares de la ruta con 4% y otros prefieren otros pueblos con el 6%.

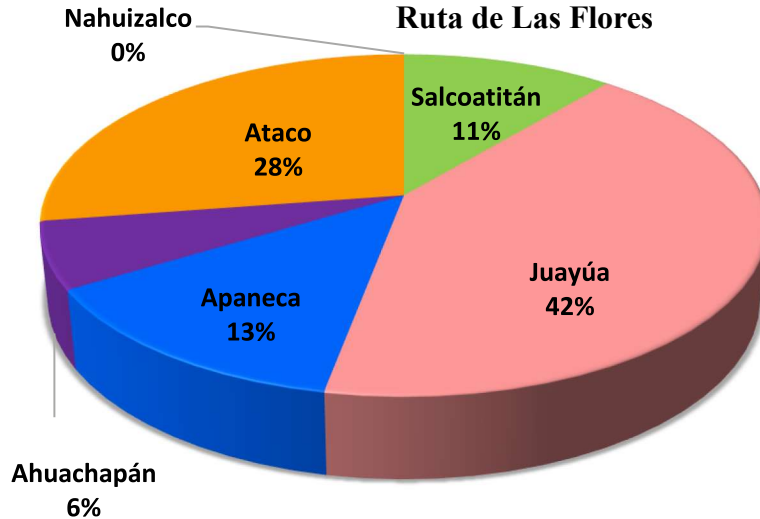
SECCION II – HABITOS Y MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL DE NAHUIZALCO⁵

⁵ Para este análisis, no corresponde la *sección II* del cuestionario (*preguntas en su correlativo de 16 a 25*), ya que es propia de los visitantes de Nahuizalco, en las encuestas realizadas a la *Ruta de Las Flores*, surgieron 80 turistas (*muestras adicionales a los 270 considerados en la ruta*) que visitan este cultural municipio, por lo que forman parte de la muestra de su perfil de demanda turista.

SECCION III – IDENTIFICACION DE TURISTAS CULTURALES POTENCIALES

26) De los siguientes destinos de la Ruta de Las Flores: Marque con una X el municipio que más visita y encierre con un círculo el que menos visita.

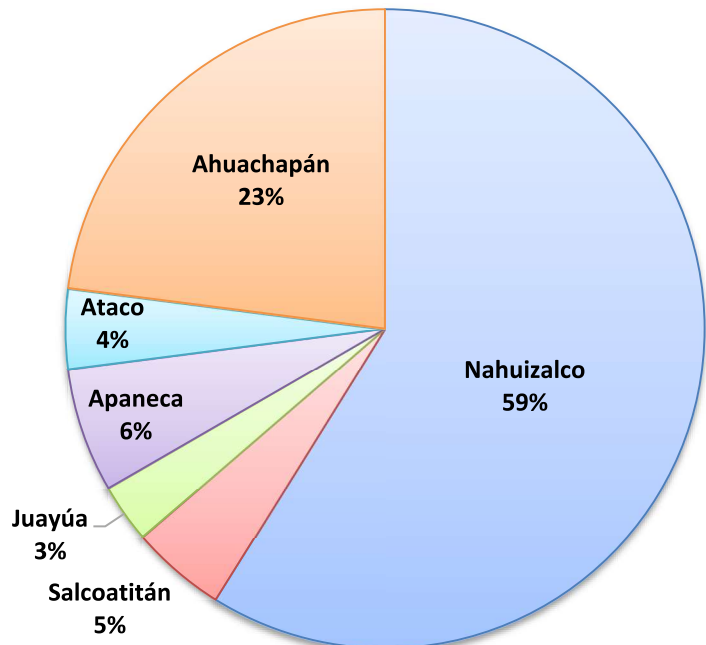
Gráfico 20. Municipio más visitado de la Ruta de Las Flores



Análisis de gráfico: El municipio más visitado de la *Ruta de Las Flores* por parte de los turistas encuestados es **Juayúa con un 42%**, seguido por el municipio de Ataco con 28%, Apaneca es el tercero con 13%, Salcoatitán representa el 11%, concluyendo con 6% para el resto de Municipios de esta ruta turística.

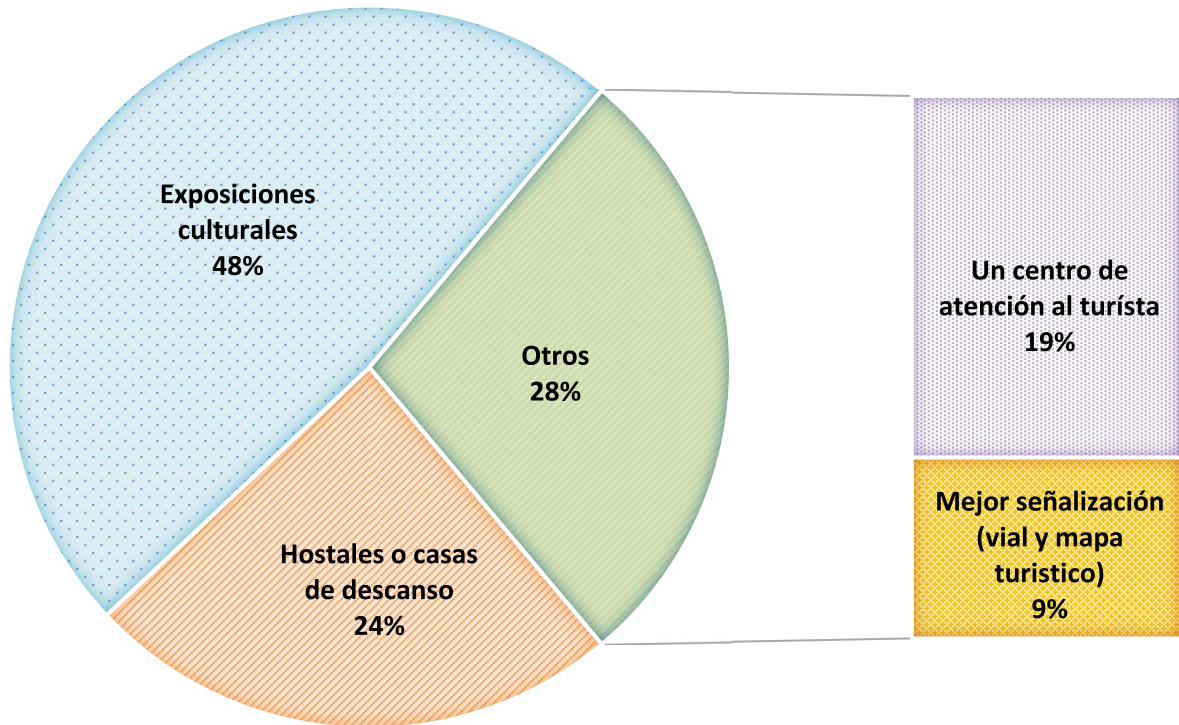
Análisis de la gráfica: El municipio menos visitado, de acuerdo a los resultados de los 270 turistas de *La Ruta de Las Flores*, según *gráfica 21*; es **Nahuizalco con el 59%** el segundo menos visitado es Ahuachapán con el 23%, juntos suman el 82% del pastel gráfico. El 18% complementario corresponde al resto de municipios de la ruta. Estos resultados son coherentes, ya que Juayúa con 3% de menos visitado, es por consiguiente el que más se visita según *el gráfico 20*.

Gráfico 21. Municipio menos visitado de la Ruta de Las Flores



27) ¿Qué le gustaría que tuviera Nahuizalco para que sea más visitado?

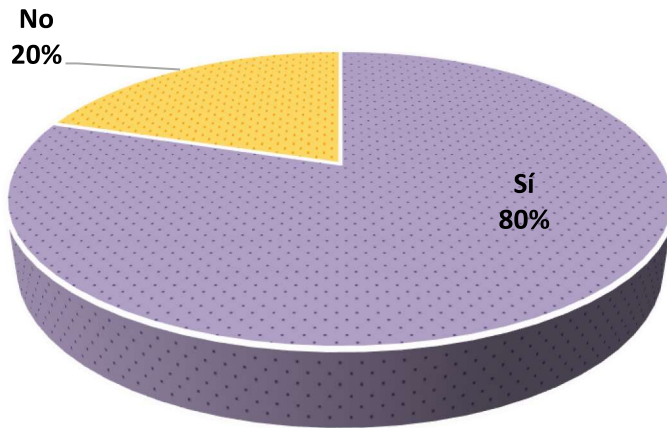
Gráfico 22. Qué le gustaría que tuviera turísticamente Nahuizalco, para que sea más visitado



Análisis del gráfico: De los 270 turistas entrevistados que visitan *La Ruta de Las Flores*, los resultados plasmados en la **gráfica 22**; muestran una segmentación homogénea en la percepción de ***Qué les gustaría como atractivo turístico en este municipio cultural***: se aprecia que un 48% considera las *exposiciones culturales*, un 43% de los encuestados se orientan hacia la atención del turista (24% demanda hostales y un 19% un centro de atención turística), mientras otros visitantes consideran en un mejor porcentaje (9%) se enuncia mejoras en señalización y ordenamiento del municipio.

28) ¿Estaría dispuesto a practicar el turismo cultural en Nahuizalco?

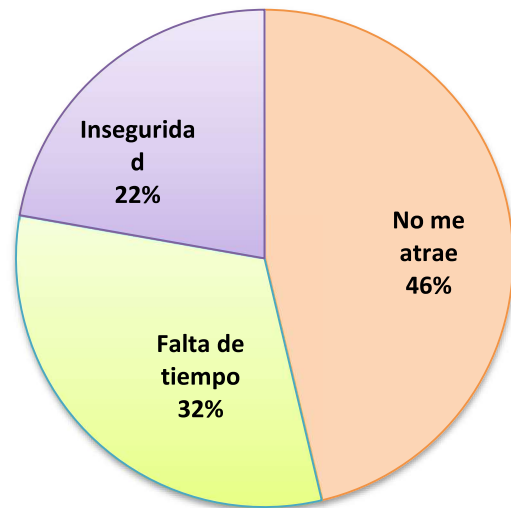
Gráfico 23. Disposición de prácticas turísticas culturales por parte de los visitantes de Nahuizalco.



Análisis de la gráfica: De acuerdo a los resultados de los 270 turistas visitantes en *La Ruta de Las Flores*, la **gráfica 23**; revela que el 80% de los entrevistados responden: que *sí* estarían dispuestos a explorar el Turismo cultural en el histórico municipio de Nahuizalco. Mientras solamente un 20% no ve atractiva su práctica turística.

Gráfico 24. ¿Por qué no estaría dispuesto a las prácticas turísticas de Nahuizalco ?

Análisis: El **gráfico 24** revela los argumentos del *por qué no* es atractiva la práctica turística cultural en el municipio de Nahuizalco, reflejada en el 20% (54 turistas) del **gráfico 23**. El 46% de ellos manifiesta que no les atrae turísticamente, un 32% alude que es por falta de tiempo y 22% manifiesta razones de inseguridad.



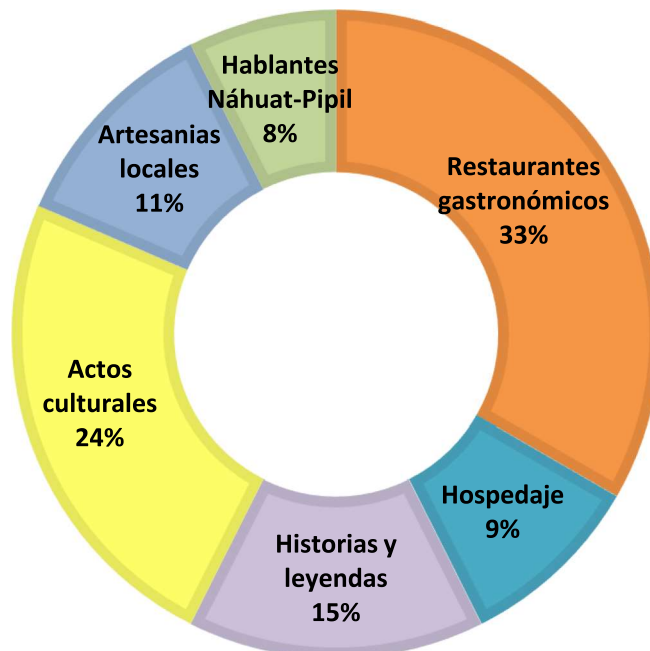
■ No me atrae ■ Falta de tiempo ■ Inseguridad

SECCION IV – EXPECTATIVAS DEL TURISTA CULTURAL.

29) ¿Qué servicios de Turismo Cultural esperaba encontrar en Nahuizalco?

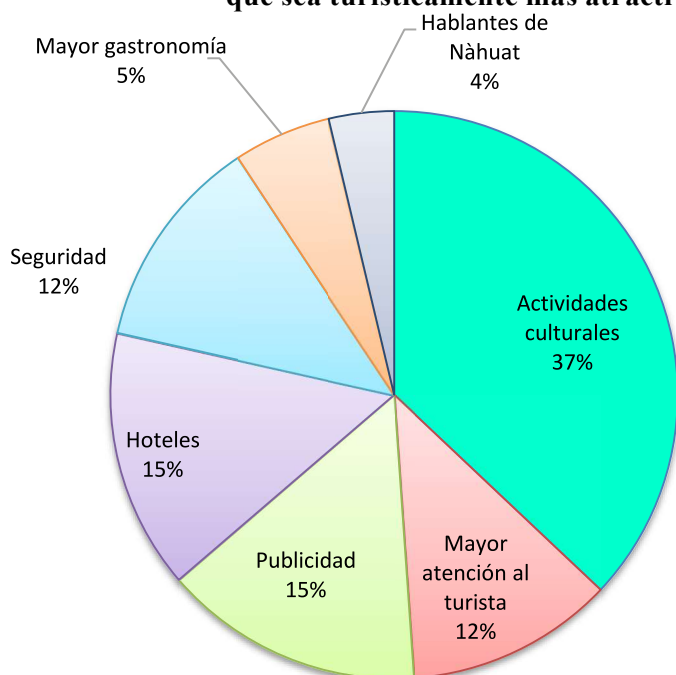
Análisis de la gráfica: Las expectativas de los servicios turísticos por parte de los turistas encuestados que visitan *La Ruta de Las Flores*, revela el **gráfico 25: el 58% responde a prácticas culturales propias del municipio** como: Hablantes Náhuat-Pipil 8%, artesanías locales 11%, actos culturales y leyendas con 39%. El resto de expectativas se concentra en restaurantes gastronómicos y hospedajes con el 33% y 9% respectivamente.

Gráfico 25. Expectativas de Servicios de turismo cultural.



30) En su opinión ¿Qué le falta a Nahuizalco para ser turísticamente más atractivo?

Gráfico 26. ¿Qué le falta a Nahuizalco para que sea turísticamente mas atractivo?



Análisis de la gráfica: Como resultado de la encuesta realizada a 270 turistas visitantes de La Ruta de Las Flores, la **gráfica 26**; dibuja, **que lo que le hace falta a Nahuizalco para ser un municipio turísticamente atractivo** es: incremento de actividades culturales en la Plaza Central con el 37%; mayor publicidad y necesidad hostales con el 15% respectivamente, mejorar la atención de los turistas con el 12%; sumando el 64%. El 36% restante se distribuye en el resto de expectativas turísticas.

ANEXO 14. Marca Municipio “*NAHUIZALCO Tradiciones y Cultura que te encantarán*”

El Centro Nacional de Registros (CNR) a través del Registro de la Propiedad Intelectual: *Marcas Municipio*, en el desarrollo del marco de proyecto *Propiedad intelectual y desarrollo municipal*: entregó al municipio sonsonateco de Nahuizalco su propia marca: “*Nahuizalco, tradiciones y cultura que te encantarán*”, instrumento que se constituye en una herramienta diferenciadora con propuesta de valor para la promoción turística, una marca municipio que pretende fortalecer el desarrollo económico local, mediante el uso estratégico y el impulso del turismo con sus características especiales que le dan distinción, *su cultura y sus tradiciones*.

La solicitud fue presentada el día once de diciembre de 2014 en cumplimiento de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos; bajo el **Expediente 2014140373** con número de presentación 20140210949, y posterior a las publicaciones en Diario Oficial, aviso de carteles, pago de los derechos; se informó de la certificación en la ciudad de Nahuizalco, a las nueve horas y dos minutos del día treinta de junio del dos mil dieciséis; la notificación de resolución fue pronunciada por El REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, Unidad de Propiedad Industrial, Departamento de Signos Distintivos. San Salvador, a las quince horas y veintiún minutos del día once de marzo del año dos mil dieciséis, sobre registro de MARCA MUNICIPIO con 33 clases DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, con vigencia a diez años.

La certificación cumple todos los requisitos de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, sin haberse presenciado oposición y habiéndose efectuado el pago de los derechos de registro correspondientes; LA MARCA DE PRODUCTO Y SERVICIO, consistente en las palabras *Nahuizalco Tradiciones y cultura que te encantarán* y su diseño respectivo, que servirán para amparar productos y servicios según clases registradas: SE INSCRIBE a favor de Alcaldía Municipal de Nahuizalco, del domicilio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate de nacionalidad SALVADOREÑA.

EL CERTIFICADO es INSCRITO EN EL **REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL** No. TREINTA Y SIETE, **FOLIOS:** SETENTA Y CINCO-SETENTA Y OCHO, **LIBRO DE MARCAS** No. DOSCIENTOS SETENTA Y SIETE. SAN SALVADOR, ONCE DE MARZO DE DOS MIL DIECISEIS
Fecha de inscripción 11 de marzo de 2016
Fecha de Vencimiento 11 de marzo de 2026



La marca municipio de Nahuizalco, se fundamenta con los siguientes documentos:

1. Publicación en Diario Oficial No.223 Tomo No. 409 (3 de diciembre de 2015)

DIARIO OFICIAL.- San Salvador, 3 de Diciembre de 2015.

159

PANY, LLC, de nacionalidad ESTADOUNIDENSE, solicitando el registro de la MARCA DE PRODUCTO,

No. de Expediente: 2014140373

No. de Presentación: 20140210949

CLASE: 03, 05, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45.

FLEETRITE

Consistente en: la palabra FLEETRITE, que servirá para: AMPARAR: VEHÍCULOS; APARATOS DE LOCOMOCIÓN TERRESTRE; RETROVISORES; LIMPIA PARABRISAS; BIELAS PARA VEHÍCULOS TERRESTRES QUE NO SEAN PARTES DE MOTORES [TERMINALES DE VARILLAS DE DIRECCIÓN]; MUELLES AMORTIGUADORES PARA VEHÍCULOS; MUELLES DE SUSPENSIÓN PARA VEHÍCULOS; FORROS DE FRENO PARA VEHÍCULOS; PASTILLAS DE FRENO PARA AUTOMÓVILES; SEGMENTOS DE FRENO PARA VEHÍCULOS; ZAPATAS DE FRENO PARA VEHÍCULOS; FRENOS DE VEHÍCULOS; TAMBORES DE FRENO PARA VEHÍCULOS; CÁMARAS DE FRENO PARA VEHÍCULOS; VARILLAS DE FRENO PARA VEHÍCULOS; SEGMENTOS DE FRENO PARA VEHÍCULOS [AJUSTADOR DE VARILLAS]; RODAMIENTOS DE RUEDA PARA VEHÍCULOS TERRESTRES; DISCOS DE FRENO PARA VEHÍCULOS [ABS]. Clase: 12.

La solicitud fue presentada el día veintisiete de marzo del año dos mil quince.

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, Unidad de Propiedad Industrial, Departamento de Signos Distintivos. San Salvador, dieciséis de abril del año dos mil quince.

GEORGINA VIANA CANIZALEZ,

REGISTRADORA.

LUCIA MARGARITA GALAN ARGUETA,

SECRETARIA.

EL INFRASCRITO REGISTRADOR,

HACE SABER: Que a esta oficina se ha(n) presentado JORGE WILLER PATRIZ CASTANEDA, en su calidad de REPRESENTANTE LEGAL de Alcaldía Municipal de Nahuizalco, de nacionalidad SALVADOREÑA, solicitando el registro de la MARCA DE PRODUCTO Y SERVICIO,



Consistente en: las palabras Nahuizalco Tradiciones y cultura que te encantarán y diseño, que servirá para: AMPARAR: PREPARACIONES PARA BLANQUEAR Y OTRAS SUSTANCIAS PARA LAVAR LA ROPA; PREPARACIONES PARA LIMPIAR, PULIR, DESENGRASAR Y RASPAR; JABONES, PRODUCTOS DE PERFUMERÍA, ACEITES ESENCIALES, COSMÉTICOS, LOCIONES CAPILARES, DENTÍFRICOS. Clase: 03. Para: PREPARACIONES FARMACÉUTICAS Y VETERINARIAS, PREPARACIONES HIGIÉNICAS Y SANITARIAS PARA USO MÉDICO, ALIMENTOS Y SUSTANCIAS DIETÉTICAS PARA USO MÉDICO O VETERINARIO, ALIMENTOS PARA BEBÉS, COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS PARA PERSONAS Y ANIMALES, EMPLASTOS, MATERIAL PARA APÓSITOS, MATERIAL PARA EMPASTES E IMPRONTAS DENTALES, DESINFECTANTES, PREPARACIONES PARA ELIMINAR ANIMALES DAÑINOS, FUNGICIDAS, HERBICIDAS. Clase: 05. Para: FUEGOS ARTIFICIALES. Clase: 13. Para: METALES PRECIOSOS Y SUS ALEACIONES, ASÍ COMO PRODUCTOS

2. Registro de MARCA en el Departamento de Signos Distintivos del CNR



No. de Expediente : 2014140373
No. de Presentacion: 20140210949
CLASE: 03, 05, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22,
23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, Unidad de Propiedad Industrial,
Departamento de Signos Distintivos. San Salvador, a las quince horas y veintinueve
minutos, del día once de marzo del año dos mil dieciséis.

Agréguese escrito presentado en fecha veinticuatro de febrero del año dos
mil dieciséis, con anexos que le acompañan.

Habiéndose realizado la publicación del edicto en el DIARIO OFICIAL de
fecha veintisiete de noviembre del año dos mil quince, Procédase al registro de la
MARCA DE PRODUCTO Y SERVICIO, consistente en las palabras Nahuizalco
Tradiciones y cultura que te encantarán y diseño. NOTIFIQUESE.





Pedro Balmore Henríquez Ramos
REGISTRADOR


Ismael Edilberto Videsco Hernández
SECRETARÍA

3. Certificado de Registro de MARCA MUNICIPIO DE NAHUIZALCO

No. **73128**

 **CNR** Centro Nacional de Registros  **EL SALVADOR**
REPUBLICA DE LA AMÉRICA CENTRAL

**CENTRO NACIONAL DE REGISTROS
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
UNIDAD DE PROPIEDAD INDUSTRIAL
DEPARTAMENTO DE SIGNOS DISTINTIVOS**

CERTIFICADO DE REGISTRO

MARCA DE PRODUCTO Y SERVICIO

Inscrita al: 00037 Libro: 00277 Folios: 075 - 076

Fecha de Inscripción: 11/03/2016
Fecha de Vencimiento: 11/03/2026

Titular: Alcaldía Municipal de Nahuizalco
Nacionalidad: SALVADOREÑA.
Domicilio: Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

SERVIRA PARA AMPARAR: PREPARACIONES PARA BLANQUEAR Y OTRAS SUSTANCIAS PARA LAVAR LA ROPA; PREPARACIONES PARA LIMPIAR, PULIR, DESENGRASAR Y RASPAR; JABONES; PRODUCTOS DE PERFUMERÍA, ACEITES ESENCIALES, COSMÉTICOS, LOCIONES CAPILARES; DENTÍFRICOS.

Clase: 03
SERVIRA PARA PREPARACIONES FARMACÉUTICAS Y VETERINARIAS; PREPARACIONES HIGIÉNICAS Y SANITARIAS PARA USO MÉDICO; ALIMENTOS Y SUSTANCIAS DIETÉTICAS PARA USO MÉDICO O VETERINARIO, ALIMENTOS PARA BEBÉS; COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS PARA PERSONAS Y ANIMALES; EMPLASTOS, MATERIAL PARA APÓSITOS; MATERIAL PARA EMPASTES E IMPRONTAS DENTALES; DESINFECTANTES; PREPARACIONES PARA ELIMINAR ANIMALES DAÑINOS; FUNGICIDAS, HERBICIDAS.

Clase: 05
SERVIRA PARA FUEGOS ARTIFICIALES.

Clase: 13
SERVIRA PARA METALES PRECIOSOS Y SUS ALEACIONES, ASÍ COMO PRODUCTOS DE ESTAS MATERIAS O CHAPADOS NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES; ARTÍCULOS DE JOYERÍA, BISUTERÍA, PIEDRAS PRECIOSAS; ARTÍCULOS DE RELOJERÍA E INSTRUMENTOS CRONOMÉTRICOS.

Clase: 14
SERVIRA PARA INSTRUMENTOS MUSICALES.

Clase: 15
SERVIRA PARA PAPEL, CARTÓN Y ARTÍCULOS DE ESTAS MATERIAS NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES; PRODUCTOS DE IMPRENTA; MATERIAL DE encuadernación; FOTOGRAFÍAS; ARTÍCULOS DE PAPELERÍA; ADHESIVOS (PEGAMENTOS) DE PAPELERÍA O PARA USO DOMÉSTICO; MATERIAL PARA ARTISTAS; PINCELES; MÁQUINAS DE ESCRIBIR Y ARTÍCULOS DE OFICINA (EXCEPTO MUEBLES); MATERIAL DE INSTRUCCIÓN O MATERIAL DIDÁCTICO (EXCEPTO APARATOS); MATERIAS PLÁSTICAS PARA EMBALAR (NO COMPRENDIDAS EN OTRAS CLASES); CARACTERES DE IMPRENTA; CLICHÉS DE IMPRENTA.

Clase: 16
SERVIRA PARA CUERO Y CUERO DE IMITACIÓN, PRODUCTOS DE ESTAS MATERIAS NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES; PIELES DE ANIMALES; BAÚLES Y MALETAS; PARAGUAS Y SOMBRILLAS; BASTONES; FUSTAS Y ARTÍCULOS DE GUARNICIÓN.

Clase: 18
SERVIRA PARA MUEBLES, ESPEJOS, MARCOS; PRODUCTOS DE MADERA, CORCHO, CAÑA, JUNCO, MIMBRE, CUERNO, HUESO, MARFIL, BALLENA, CONCHA, ÁMBAR, NÁCAR, ESPUMA DE MAR, SUCEDÁNEOS DE TODOS ESTOS MATERIALES O DE MATERIAS PLÁSTICAS, NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES.

Clase: 20
SERVIRA PARA UTENSILIOS Y RECIPIENTES PARA USO DOMÉSTICO Y CULINARIO; PEINES Y ESPONJAS; CEPILLOS; MATERIALES PARA FABRICAR CEPILLOS; MATERIAL DE LIMPIEZA; LANA DE ACERO; VIDRIO EN BRUTO O SEMIELABORADO (EXCEPTO EL VIDRIO DE CONSTRUCCIÓN); ARTÍCULOS DE CRISTALERÍA, PORCELANA Y LOZA NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES.

Clase: 21

SERVIRA PARA CUERDAS, CORDELES, REDES, TIENDAS DE CAMPAÑA, LONAS, VELAS DE NAVEGACIÓN, SACOS Y BOLSAS (NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES); MATERIALES DE ACOLCHADO Y RELLENO (EXCEPTO EL CAUCHO O LAS MATERIAS PLÁSTICAS); MATERIAS TEXTILES FIBROSAS EN BRUTO.

Clase: 22

SERVIRA PARA HILOS PARA USO TEXTIL.

Clase: 23

SERVIRA PARA TEJIDOS Y PRODUCTOS TEXTILES NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES; ROPA DE CAMA; ROPA DE MESA.

Clase: 24

SERVIRA PARA PRENDAS DE VESTIR, CALZADO, ARTÍCULOS DE SOMBRERERÍA.

Clase: 25

SERVIRA PARA ENCAJES Y BORDADOS, CINTAS Y CORDONES; BOTONES, GANCHOS Y OJETES, ALFILERES Y AGUJAS; FLORES ARTIFICIALES.

Clase: 26

SERVIRA PARA ALFOMBRAS, FELPUDOS, ESTERAS, LINÓLEO Y OTROS REVESTIMIENTOS DE SUELOS; TAPICES MURALES QUE NO SEAN DE MATERIAS TEXTILES.

Clase: 27

SERVIRA PARA JUEGOS Y JUGUETES; ARTÍCULOS DE GIMNASIA Y DEPORTE NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES; ADORNOS PARA ÁRBOLES DE NAVIDAD.

Clase: 28

SERVIRA PARA CARNE, PESCADO, CARNE DE AVE Y CARNE DE CAZA; EXTRACTOS DE CARNE; FRUTAS Y VERDURAS, HORTALIZAS Y LEGUMBRES EN CONSERVA, CONGELADAS, SECAS Y COCIDAS; JALEAS, CONFITURAS, COMPOTAS; HUEVOS; LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS; ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES.

Clase: 29

SERVIRA PARA CAFÉ, TÉ, CACAO Y SUCEDÁNEOS DEL CAFÉ; ARROZ; TAPIOCA Y SAGÚ; HARINAS Y PREPARACIONES A BASE DE CEREALES; PAN, PRODUCTOS DE PASTELERÍA Y CONFITERÍA; HELADOS; AZÚCAR, MIEL, JARABE DE MELAZA; LEVADURA, POLVOS DE HORNEAR; SAL; MOSTAZA; VINAGRE, SALSAS (CONDIMENTOS); ESPECIAS; HIELO.

Clase: 30

SERVIRA PARA GRANOS Y PRODUCTOS AGRÍCOLAS, HORTÍCOLAS Y FORESTALES, NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES; ANIMALES VIVOS; FRUTAS Y VERDURAS, HORTALIZAS Y LEGUMBRES FRESCAS; SEMILLAS; PLANTAS Y FLORES NATURALES; ALIMENTOS PARA ANIMALES; MALTA.

Clase: 31

SERVIRA PARA CERVEZA; AGUAS MINERALES Y GASEOSAS, Y OTRAS BEBIDAS SIN ALCOHOL; BEBIDAS A BASE DE FRUTAS Y ZUMOS DE FRUTAS; SIROPES Y OTRAS PREPARACIONES PARA ELABORAR BEBIDAS.

Clase: 32

SERVIRA PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS (EXCEPTO CERVEZA).

Clase: 33

SERVIRA PARA TABACO; ARTÍCULOS PARA FUMADORES; CERILLAS.

Clase: 34

SERVIRA PARA PUBLICIDAD; GESTIÓN DE NEGOCIOS COMERCIALES; ADMINISTRACIÓN COMERCIAL; TRABAJOS DE OFICINA.

Clase: 35

SERVIRA PARA SEGUROS; OPERACIONES FINANCIERAS; OPERACIONES MONETARIAS; NEGOCIOS INMOBILIARIOS.

Clase: 36

SERVIRA PARA SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN; SERVICIOS DE REPARACIÓN; SERVICIOS DE INSTALACIÓN.

Clase: 37

Anexo 14. Marca Municipio “Nahuizalco Tradiciones y Cultura que te encantarán”

No. 73129





SERVIRÁ PARA TELECOMUNICACIONES.
Clase: 38
SERVIRÁ PARA TRANSPORTE; EMBALAJE Y ALMACENAMIENTO DE MERCANCÍAS; ORGANIZACIÓN DE VIAJES.
Clase: 39
SERVIRÁ PARA TRATAMIENTO DE MATERIALES.
Clase: 40
SERVIRÁ PARA EDUCACIÓN; FORMACIÓN; SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO; ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y CULTURALES.
Clase: 41
SERVIRÁ PARA SERVICIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS, ASÍ COMO SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN Y DISEÑO EN ESTOS ÁMBITOS; SERVICIOS DE ANÁLISIS E INVESTIGACIONES INDUSTRIALES; DISEÑO Y DESARROLLO DE EQUIPOS INFORMÁTICOS Y DE SOFTWARE.
Clase: 42
SERVIRÁ PARA SERVICIOS DE RESTAURACIÓN (ALIMENTACIÓN); HOSPEDAJE TEMPORAL.
Clase: 43
SERVIRÁ PARA SERVICIOS MÉDICOS; SERVICIOS VETERINARIOS; TRATAMIENTOS DE HIGIENE Y DE BELLEZA PARA PERSONAS O ANIMALES; SERVICIOS DE AGRICULTURA, HORTICULTURA Y SILVICULTURA.
Clase: 44
SERVIRÁ PARA SERVICIOS JURÍDICOS; SERVICIOS DE SEGURIDAD PARA LA PROTECCIÓN DE BIENES Y PERSONAS; SERVICIOS PERSONALES Y SOCIALES PRESTADOS POR TERCEROS PARA SATISFACER NECESIDADES INDIVIDUALES.
Clase: 45
Reservas: EL DERECHO DE UTILIZAR LA MARCA TAL COMO SE PRESENTA

San Salvador, a los once días del mes de marzo del año dos mil dieciseis.


Nahuizalco
Tradiciones y cultura que te encantarán


Pedro Balmore Henríquez Ramos
REGISTRADOR


Ismael Rafael Vales de Hernández
SECRETARÍA

ANEXO 15. Entrevista Participativa CDT de Nahuizalco y análisis de resultados

Con el propósito de tener un acercamiento con la comunidad emprendedora de Nahuizalco a través del Comité de Desarrollo Turístico (CDT) como un actor clave de la práctica turística, se realizó una entrevista participativa, para conocer sus problemas y oportunidades que fortalezcan la líneas estratégicas encaminadas al desarrollo turístico cultural y el logro de un mejor nivel de vida de los habitantes. Estos puntos sirven de interés para que los entrevistados se motiven y participen críticamente, ampliando y exponiendo información relevante para comprender apropiadamente la práctica turística de este municipio.

a) Unidad de análisis y población

- **Unidad de análisis de los actores claves:** para propósitos de esta consultoría, se considera al *Comité de Desarrollo Turístico (CDT)*, conformada por miembros del sector público y privado, lo integran 20 miembros (3 delegados municipales y 17 representantes del sector empresarial, ciudadano y asociaciones). Son los responsables en *logístico*: de diseñar e implantar: acciones, políticas, directrices y programas para la práctica y promoción turística del municipio.
- **Población:** Se realizó un censo, mediante entrevista a los 20 miembros del CDT representado por sectores de interés, según la siguiente distribución:

Representantes del Comité de Desarrollo Turístico (CDT) de Nahuizalco	No. Entrevistas
Delegados Alcaldía Municipal	2
Casa de la Cultura	1
Museo Náhuat-Pipil	1
Artesanos de Madera	3
Artesanos de fibras naturales	3
Empresarios agroturismo	2
Empresarios comercio y servicio	2
Asociaciones	2
Población local (Líderes comunales)	2
Seguridad (Policía y agentes Municipales)	2
Total de miembros entrevistados	20

Fuente: Elaboración propia, conforme a datos proporcionados por el CDT de Nahuizalco.

b) Técnica e instrumento cualitativa utilizada

Técnica: Se realizaron *entrevistas participativas* con todos los miembros del *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco (CDT)* entidad clave como actor turístico, bajo esta técnica se busca indagar cualitativamente algunas variables claves que descansan en los objetivos de esta consultoría.

Instrumento: se utilizó una *guía de entrevista participativa*, que contiene preguntas abiertas con carácter modificatorio.

A continuación el modelo de la entrevista participativa utilizada:



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL (MAECE)



ENTREVISTA PARTICIPATIVA

El objetivo de realizar esta entrevista, es conocer su perspectiva como miembro del **Comité de Desarrollo Turístico (CDT)**; sobre la Actividad del Sistema Turístico de Nahuizalco, información que utilizaremos con fines académicos para la investigación denominada: **“CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE”**.

Agradecemos su valioso tiempo y opinión brindada en el desarrollo de esta entrevista.

Línea estratégica (LE) de competitividad municipal de Nahuizalco:

LE2: Fortalecimiento de la actividad turística

Fecha: _____

Sector: Privado ☐ Público ☐ **Unidad que representa:** _____

1. Como miembro del *CDT* de Nahuizalco, ¿Qué rol desempeña en la Actividad Turística?
2. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla en este municipio histórico *Náhuat-Pipil*?
3. ¿Qué opina acerca del *Turismo Cultural* y cómo esta actividad contribuye al desarrollo económico y social para su municipio?
4. Esta consultoría aborda el fenómeno turístico de Nahuizalco, desde la dimensión o idea de un *sistema*, que enfoca: la suma de todas las posibles relaciones que pueden darse entre los elementos básicos que se argumentan a continuación:
 - i. **La demanda turística**
 - ¿Está segmentado el perfil de los turistas? (en función de sus motivaciones)
 - ¿Qué supone una ventaja competitiva de Nahuizalco como destino turístico?
 - ¿Considera el turismo cultural una tipología turística consolidada?
 - ii. **Actores turísticos**
 - ¿Cuentan con un ecosistema turístico cultural con sus actores interrelacionados?

iii. Recursos turísticos

- ¿Cómo evalúan el potencial turístico del municipio?
- ¿Cuál es el atractivo principal de Nahuizalco?
- La Gastronomía local, ¿Tiene una importancia económica para el municipio?
- ¿Qué fiesta popular considera “de interés turístico”?

iv. Productos turísticos

- ¿Cuál considera que es el producto turístico cultural por excelencia?
- ¿Realizan la metodología de *benchmarking* con otros destinos turísticos?
- ¿Cuentan con un proceso de creación de un producto turístico?

v. Destino cultural

- ¿Considera a Nahuizalco, un destino de atractivo cultural?
- ¿El patrimonio histórico *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco, le otorga una diferenciadora ventaja frente a otros destinos?
- ¿El turismo cultural de Nahuizalco sólo se desarrolla en el casco urbano?
- ¿Cómo relaciona o diferencia, el turismo rural comunitario del turismo cultural?

vi. Mercado turístico

- ¿Como destino turístico, se ha delimitado un mercado objetivo?

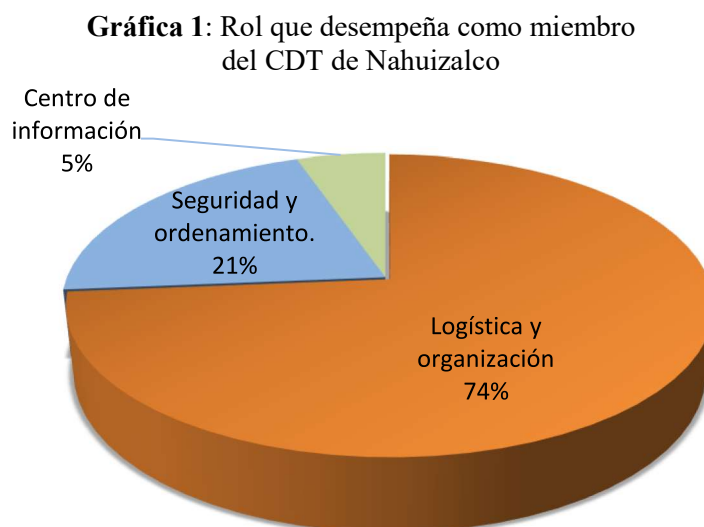
5. ¿Qué experiencia le refleja en la actividad turística de Nahuizalco, el Programa *Pueblos Vivos Multidestinos* y en especial el Circuito Turístico *Ruta de Las Flores*?
6. En su opinión ¿Cuál es la principal fortaleza y debilidad de la actividad turística *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco?
7. A su parecer, ¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser más competitivo frente a otros destinos?

c) Análisis de resultados de entrevista participativa a miembros del CDT

El presente anexo, manifiesta el análisis de los resultados obtenidos y recolectados, por medio de una entrevista participativa, realizada a los 20 miembros del CDT “*Comité de Desarrollo Turístico*”, con la intención de conocer su perspectiva; sobre las prácticas o actividades del Sistema Turístico Cultural del municipio de Nahuizalco.

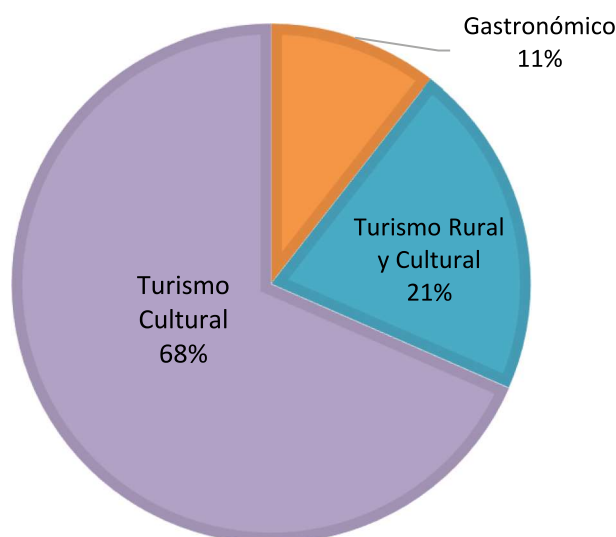
1. Como miembro del CDT de Nahuizalco, ¿Qué rol desempeña en la Actividad Turística?

Análisis de la gráfica: un 74% de los miembros de CDT, el rol principal consiste en logística y organización de eventos relacionados con el turismo cultural del lugar. Un 21% se desempeña en funciones de seguridad y ordenamiento. Además, cuentan con un centro de información de la cultura, que es la *Casa de la Cultura* del municipio con un desempeño en un 5%.



2. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla en este municipio histórico Náhuat-Pipil?

Gráfica 2: Tipo de turismo que se desarrolla en Nahuizalco

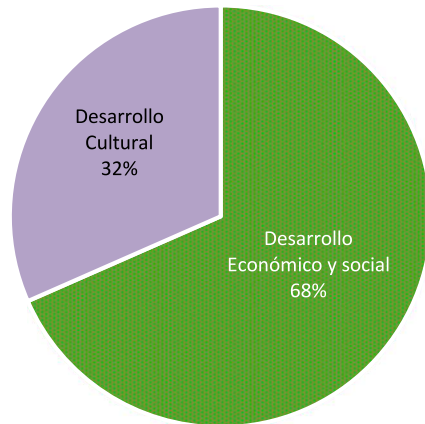


Análisis de la gráfica: los miembros del CDT, respondieron sobre *qué turismo se desarrolla en el municipio*: un 68% manifiesta que es *turismo cultural*, por el disfrute de costumbres y tradiciones históricas que por excelencia pertenecen a Nahuizalco; un 21% comenta que es una mezcla de turismo Rural y Cultural; donde la parte rural no está bien desarrollado; un 11% de los entrevistados orienta su percepción por el turismo gastronómico.

3. ¿Qué opina acerca del *Turismo Cultural* y cómo esta actividad contribuye al desarrollo económico y social para su municipio?

Análisis de la gráfica: Diversos miembros del CDT, son empresarios y artesanos; su percepción sobre *como el turismo cultural desarrolla el municipio de Nahuizalco* comentan: un 68% considera que esta práctica turística genera ingresos económicos y bienestar social para su comunidad; sin embargo, un 32% de los miembros que pertenecen a la parte pública del CDT, opinan que contribuye al desarrollo de la cultura del municipio, reactivando las actividades culturales históricas e involucrando a la nuevas generaciones.

Gráfica 3: Como contribuye El *turismo cultural*, al desarrollo económico y social para Nahuizalco

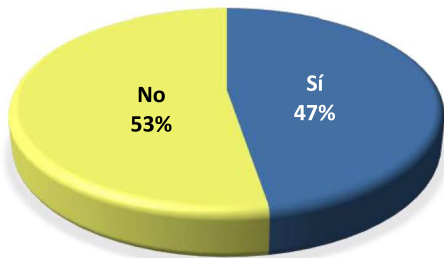


4. Esta consultoría aborda el fenómeno turístico de Nahuizalco, desde la dimensión o idea de un sistema, que enfoca: *la suma de todas las posibles relaciones que pueden darse entre los elementos básicos que se argumentan a continuación:*

i. La demanda turística

¿Está segmentado el perfil de los turistas? (en función de sus motivaciones)

Gráfica 4. Segmentación (*función de sus motivaciones*) del turista

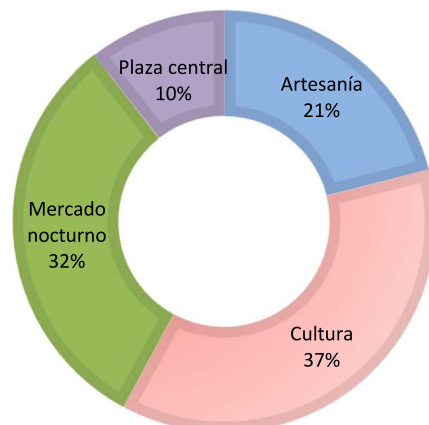


Análisis de la gráfica: los miembros de CDT opinan en un 47%, que *sí* está segmentado el perfil de turistas que los visita, esto lo realizan con experiencias propias del trabajo que desarrollan, pero no hay estudios o personas formadas para realizar este trabajo. Un 53% dice que *no* está segmentado el perfil de los turistas, lo desconocen por completo.

¿Qué supone una ventaja competitiva de Nahuizalco como destino turístico?

Análisis de la gráfica: los miembros entrevistados de CDT opinan que cuentan con una ventaja competitiva: un 37% reconoce la cultura *Náhuat-Pipil*, un 32% de los miembros se inclina que su ventaja suprema como municipio es el mercadito nocturno con su gastronomía autóctona; un 21% se orienta a sus artesanías como una ventaja turística fuerte; solo un reducido 10% manifiesta que su plaza y casco urbano, les da realce frente a otros destinos.

Gráfica 5. Ventaja competitiva de Nahuizalco como destino turístico



¿Considera el turismo cultural una tipología turística consolidada?

Gráfico 6. Turismo Cultural, ¿Una tipología consolidada?



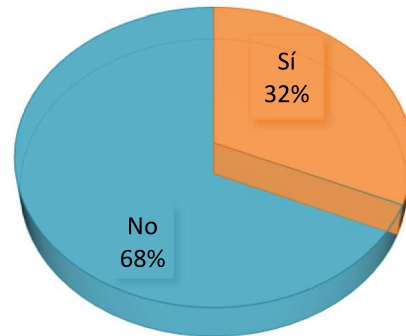
Análisis de la gráfica: los 19 miembros de CDT entrevistados, opinan: que un 74% considera que este tipo de turismo se encuentra emergiendo en la industria turística nacional, mientras un 26% considera que esta práctica turística aún es incipiente en el municipio de Nahuizalco.

ii. Actores turísticos

¿Cuentan con un ecosistema turístico cultural con sus actores interrelacionados?

Gráfico 7. ¿Existe un Ecosistema Turístico Cultural?

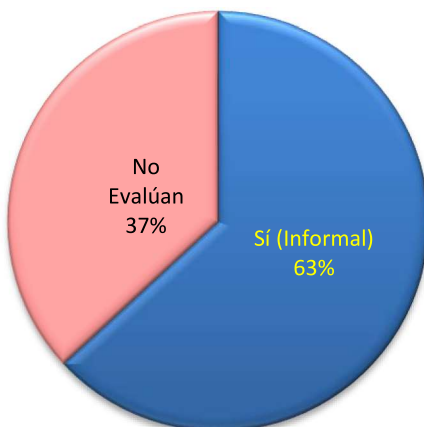
Análisis de la gráfica: los miembros entrevistados del CDT opinan: un 68% comentan que *no* cuentan formalmente con un *Ecosistema Turístico Cultural*. Mientras un 32% mencionan que, *si* cuentan con ecosistema turístico, sin embargo, este no está estructurado metodológicamente.



iii. Recursos turísticos

¿Cómo evalúan el potencial turístico del municipio?

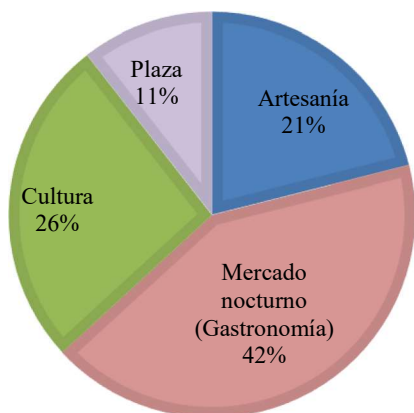
Gráfico 8. ¿Se evalúa el potencial turístico de Nahuizalco?



Análisis de la gráfica: los 19 miembros entrevistados del CDT opinan: que un 63% *si* realizan evaluaciones sobre el potencial turístico del municipio, pero de una manera informal, sin contar con personal designado y capacitado para realizar esta labor y sin bases técnicas establecidas; mientras un 37% dicen que *no* evalúan el potencial turístico del municipio, ya que no cuentan metodologías para desarrollarla.

¿Cuál es el atractivo principal de Nahuizalco?

Gráfico 9. Principal atractivo turístico de Nahuizalco

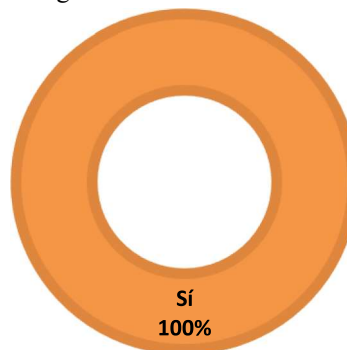


Análisis de la gráfica: la opinión de los miembros del CDT entrevistados es: un 42% manifiesta que el principal atractivo por excelencia es el mercado nocturno y su gastronomía autóctona; un 26% comenta que son sus tradiciones y costumbres materializadas en su cultura. Un 21% se orienta como atractivo la artesanía local, y solamente un 11% considera que es la histórica plaza central.

La Gastronomía local, ¿Tiene una importancia económica para el municipio?

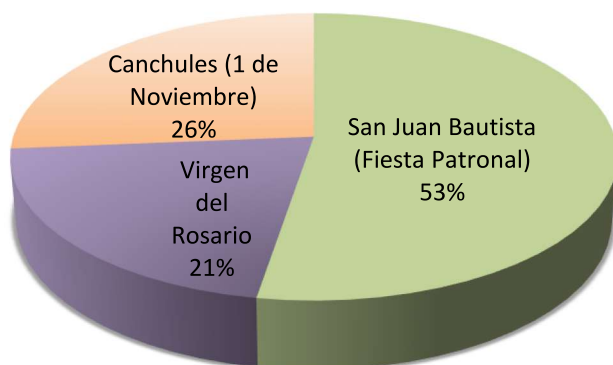
Gráfico 10. Importancia económica de la gastronomía en Nahuizalco

Análisis de la gráfica: un 100% piensa que la gastronomía autóctona es un factor muy importante para la economía de Nahuizalco, y es aprovechada por su mercado nocturno, un atractivo muy visitado por los turistas.



¿Qué fiesta popular considera “de interés turístico”?

Gráfico 11. Fiesta popular de interés turístico en Nahuizalco

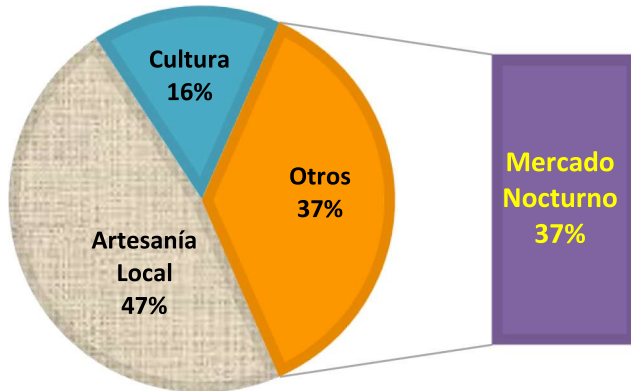


Análisis de la gráfica: las fiestas más populares de interés turístico identificadas por los miembros del CDT son: un 53% considera las fiestas patronales de San Juan Bautista (*celebradas del 19 al 25 de junio*), un 26% manifiesta la celebración de *Los Canchules* (*celebrada el 1 de noviembre*) y el resto (21%) opta por la celebración de *La Virgen del Rosario*. Estas fiestas realizadas por los lugareños atraen a turistas, ya que encuentran interesante las tradiciones y cultura.

iv. Productos turísticos

¿Cuál considera que es el producto turístico cultural por excelencia?

Gráfico 12. Producto turístico cultural por excelencia de Nahuizalco.

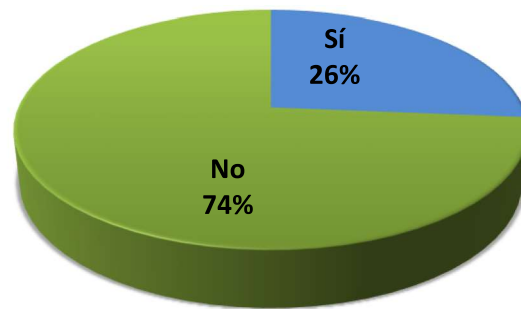


Análisis de la gráfica: el 47% de los entrevistados opinan que el *producto turístico cultural por excelencia de Nahuizalco* es la artesanía en madera y fibra natural; un 37% considera que el mercadito nocturno y su gastronomía. Solamente un 16% manifiesta la cultura del municipio como producto turístico.

¿Realizan la metodología de Benchmarking con otros destinos turísticos?

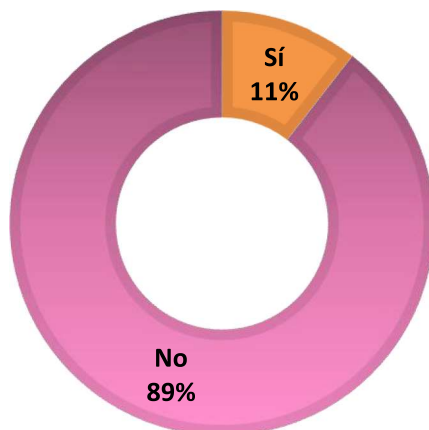
Análisis de la gráfica: un 74% opinan que no utilizan *Benchmarking*, ya que ellos son originales en todo lo que elaboran, un 26% dicen que sí realizan algunas comparaciones sobre algunos eventos, pero no lo realizan igual, sino que ellos cuentan con su propio estilo y forma de elaborar u organizar eventos.

Gráfico 13. ¿Se realiza *Benchmarking* en otros destinos turísticos?



¿Cuentan con un proceso de creación de un producto turístico?

Gráfico 14. ¿Se cuenta con un proceso de creación de productos turísticos?



Análisis de la gráfica: en un 89% los miembros del CDT opinan, que no cuentan con un *proceso de creación de un producto turístico*, ya que no poseen la metodología para poder elaborarlo, un 11% dice que sí, pero con un proceso informal de creación de productos.

v. Destino cultural

¿Considera a Nahuizalco, un destino de atractivo cultural?

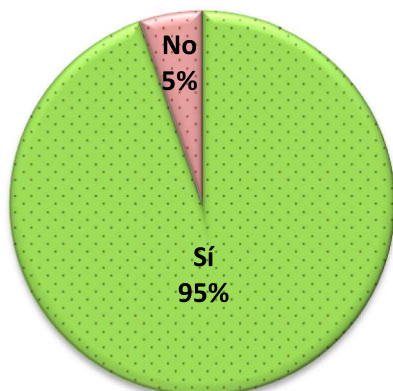
Análisis de la gráfica: un 100% de los miembros del CDT opinan que *Nahuizalco es considerado un destino turístico atractivo por su cultura*. Siendo un pueblo que posee población indígena y una rica historia ancestral.

Gráfico 15. *¿Es Nahuizalco un destino turístico de atractivo cultural?*



¿El patrimonio histórico Náhuat-Pipil de Nahuizalco, le otorga una diferenciadora ventaja frente a otros destinos?

Gráfico 16. *¿Representa la cultura Náhuat-Pipil, una diferenciadora ventaja turística?*

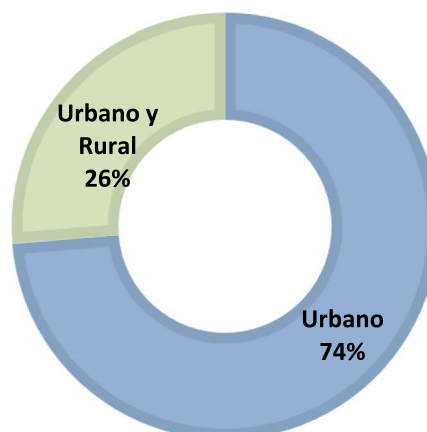


Análisis de la gráfica: la opinión de los miembros del CDT, expresan en un 95% que *sí tienen una ventaja diferenciadora sobre la historia de Nahuizalco*, esto lo afirma la gráfica anterior, donde la cultura *Náhuat-Pipil* ancestral forma parte de ellos, las autoridades lo ven como un patrimonio histórico que se materializa en su museo. Un 5% dice que no es una ventaja frente a otros destinos.

¿El turismo cultural de Nahuizalco sólo se desarrolla en el casco urbano?

Análisis de la gráfica: un 74% opinaron que el turismo cultural de Nahuizalco se desarrolla exclusivamente en el casco urbano; un 26% comenta que el turismo cultural se realiza tanto en lo urbano como en la zona rural; aunque con menor afluencia de turistas.

Gráfico 17. *¿El turismo cultural, solo se desarrolla en el casco urbano municipal?*



¿Cómo relaciona o diferencia, el turismo rural comunitario del turismo cultural?

Gráfico 18. *Se relaciona el turismo cultural con el rural*

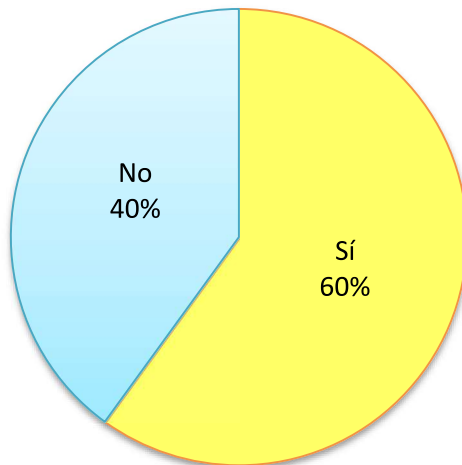


Análisis de la gráfica: los 19 miembros entrevistados de *CDT* argumentan: que un 84% no relacionan el turismo cultural con el rural, manifestando que no tienen idea además sobre el turismo rural comunitario; un 16% mencionan que el turismo rural si está relacionado con el cultural, ya que esta última es una tipología de turismo que está emergiendo y desarrollándose de forma positiva.

vi. Mercado turístico

¿Como destino turístico, se ha delimitado un mercado objetivo?

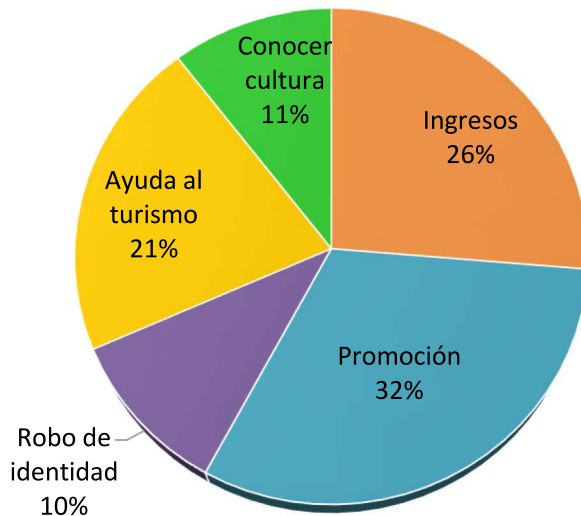
Gráfico 19. Nahuizalco como destino turístico,
¿Ha delimitado un mercado objetivo?



Análisis de la gráfica: un 60% opinaron que *sí* se delimita su mercado objetivo, donde es aquel turista que le atrae la cultura de pueblos, de su historia y sobre todo el legado del pueblo *Náhuat-Pipil*. Un 40% de los entrevistados manifiestan que *no* está delimitado el mercado objetivo dentro de este destino turístico.

5. ¿Qué experiencia le refleja en la actividad turística de Nahuizalco, el Programa *Pueblos Vivos* Multidestinos y en especial el Circuito Turístico Ruta de Las Flores?

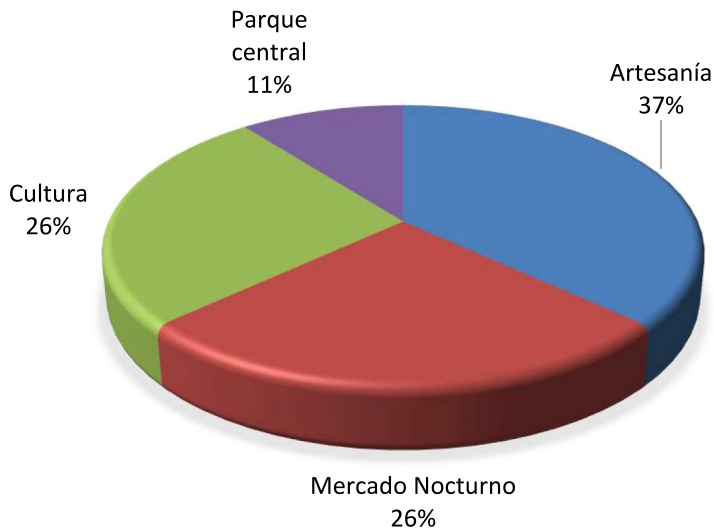
Gráfica 20: ¿Qué experiencia le refleja en la actividad turística de nahuizalco, el programa *pueblos vivos* y en especial el circuito turístico *ruta de las flores*?



Análisis de la gráfica: un 32% de los miembros del CDT perciben que estos programas turísticos apoyan con aspectos promocionales; un 26% de los entrevistados consideran estos proyectos como fuente de ingresos económicos para el municipio. Un 21% valora que ayuda al turismo en general, un 11% manifiesta que logra dar a conocer la cultura de los pueblos; sin embargo, un 10% considera que estos programas desfavorecen por el robo de identidad de los pueblos.

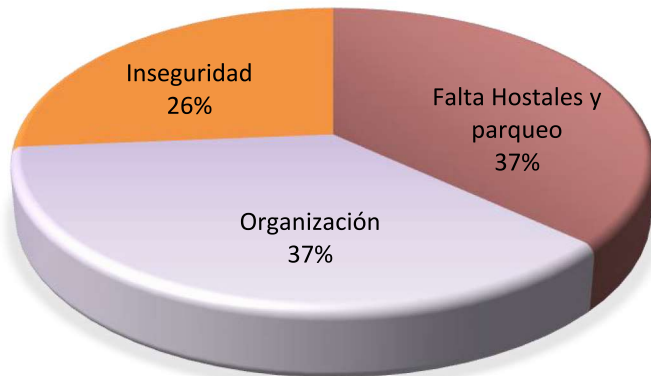
6. En su opinión ¿Cuál es la principal fortaleza y debilidad de la actividad turística Náhuat-Pipil de Nahuizalco?

Gráfica 21: ¿Cuál es la principal fortaleza de la actividad turística Náhuat-Pipil de Nahuizalco?



Análisis de la gráfica: la percepción en las fortalezas que poseen como destino turístico son variadas: un 37% de los entrevistados consideran la artesanía local, un 26% manifiesta la cultura *Náhuat-Pipil* por sus costumbres y tradiciones. Con similar 26% consideran que la principal fortaleza se encuentra en el mercado nocturno y solamente un 10% apunta como fortaleza la plaza central.

Gráfica 22: ¿Cuál es la principal *debilidad* de la actividad turística *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco?



Análisis de la gráfica: los resultados fueron que un 37% piensan que *la mayor debilidad que tiene el municipio* es la falta de hostales y otros servicios como: internet, espacios recreativos y básicos. Un similar 37% de lo entrevistados manifiestan una mejor organización formal del *CDT*, y un 26% considera la variable inseguridad, como principal debilidad turística.

7. A su parecer, ¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser más competitivo frente a otros destinos?

Gráfica 23. ¿Que le falta a Nahuizalco para fortacer su Sistema Turístico Cultural?



Análisis de la gráfica: de los 19 miembros del *CDT* entrevistados, un 32% piensan que, si contaran con mayor capacitación en turismo cultural, serían más competitivos frente a otros destinos; un 21% consideran el incremento de actividades turísticas en la plaza central a lo largo del día; de similar 21% los miembros del *CDT* manifiestan que es necesario que haya una mejor organización (*ordenamiento de los negocios y mejor señalización*). Un 16% expresa que le faltan al municipio de Nahuizalco, parqueo y hostales para ser más competitivos turísticamente.

ANEXO 16. Entrevista Estructurada CCM de Nahuizalco y análisis de resultados

Como actividad de diagnóstico y con el propósito de conocer el sentir y la opinión, de esta organización en un papel tan protagónico del Turismo Cultural de Nahuizalco; se diseñó una guía de entrevista estructurada con enfoque común a todos los representantes del *Comité de Competitividad Municipal de Nahuizalco (CCM)*. Se detallan los resultados y el análisis:

a) Unidad de análisis y población

- **Unidad de análisis de los actores claves:** para propósitos de esta consultoría, se considera al *Comité de Competitividad Municipal de Nahuizalco (CCM)*, conformada por 12 representantes entre empleados municipales, empresarios y comunidad. Actor turístico clave que reviste importancia por la experiencia y conocimientos relevantes en lo estratégico sobre el Sistema Turístico Cultural del municipio.
- **Población:** Se realizó un censo, mediante entrevista a los 12 miembros del CCM representado por cada una de las 6 líneas estratégicas que agrupa el *Plan de Competitividad Municipal (PCM)* de Nahuizalco, según detalle:

Líneas estratégicas (LE) de competitividad municipal de Nahuizalco		Representantes		No. Miembros
		Sector Privado	Delegados municipales	
LE:1	Fomento de la Organización Empresarial y de alianzas Sectores <i>Público-Privado</i>	Sector Artesanal	UACI	2
LE:2	Fortalecimiento de la actividad turística	Consejo de Pueblos <i>Náhuatl- Pipil</i>	EMPRE	2
LE:3	Desarrollo Productivo en el Municipio	Tianguis Ancestral	Catastro	2
LE:4	Formación Recurso Humano e inserción laboral	Sector Carpintería	Cuentas Corrientes	2
LE:5	Seguridad y ordenamiento de la ciudad	Sector Comercio	Síndico	2
LE:6	Fortalecimiento de capacidades para el ejercicio de sus competencias en competitividad	Mesa de trabajo de artesanos indígenas	Secretaría	2
Total de representantes del CCM				12

Fuente: Elaboración propia, conforme a datos proporcionados por el CCM.

b) Técnica e instrumento cualitativa utilizada

Técnica: Se realizaron *entrevistas estructuradas* a representantes del *Comité de Competitividad Municipal (CCM)* de Nahuizalco, se agrupa en 6 líneas estratégicas, cada una de ellas representada por cada sector. Bajo esta técnica se busca indagar cualitativamente algunas variables claves de esta consultoría.

Instrumento: se utilizó una *guía de entrevista estructurada*, que contiene preguntas abiertas, con el objetivo de conocer su opinión crítica acerca del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.

A continuación se presenta el modelo de la *entrevista estructurada* utilizada:



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL (MAECE)



ENTREVISTA ESTRUCTURADA

El objetivo de realizar esta entrevista, es conocer su perspectiva como miembro del *Comité de Competitividad Municipal (CCM)*; sobre la Actividad del Sistema Turístico de Nahuizalco, información que utilizaremos con fines académicos para la investigación denominada: **“CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPIIL EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE”**.

Agradecemos su valioso tiempo y opinión brindada en el desarrollo de esta entrevista.

Línea estratégica (LE) de competitividad municipal de Nahuizalco:

Fecha: _____

Sector: Privado ☐ Público ☐ **Unidad que representa:** _____

1. Como miembro del CCM de Nahuizalco, ¿Qué rol desempeña en la Actividad Turística?
2. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla en este municipio histórico Náhuat-Pipil?
3. ¿Qué opina acerca del *Turismo Cultural* y cómo esta actividad contribuye al desarrollo económico y social para su municipio?
4. ¿Existen políticas turísticas; estrategias, planes y acciones dirigidos al turismo cultural?
Si ☐ No ☐ ¿Por qué?: _____
5. ¿Qué experiencia le refleja en la actividad turística de Nahuizalco, el Programa *Pueblos Vivos Multidestinos* y en especial el Circuito Turístico *Ruta de Las Flores*?
6. En su opinión ¿Cuál es la principal fortaleza y debilidad de la actividad turística *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco?
7. A su parecer, ¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser más competitivo frente a otros destinos?

c) Análisis de resultados de entrevista estructurada a representantes del CCM

El presente anexo, analiza los resultados obtenidos y recolectados por medio de una entrevista estructurada, a los 12 representantes del CCM “**Comité de Competitividad Municipal**” de Nahuizalco, con la intención de conocer su perspectiva estratégica; sobre las prácticas o actividades del Sistema Turístico Cultural que se realizan en su municipalidad.

1. Como miembro del CCM de Nahuizalco, ¿Qué rol desempeña en la Actividad Turística?

Gráfica 1: ¿Qué rol desempeña en la actividad turística, como miembro del CCM?

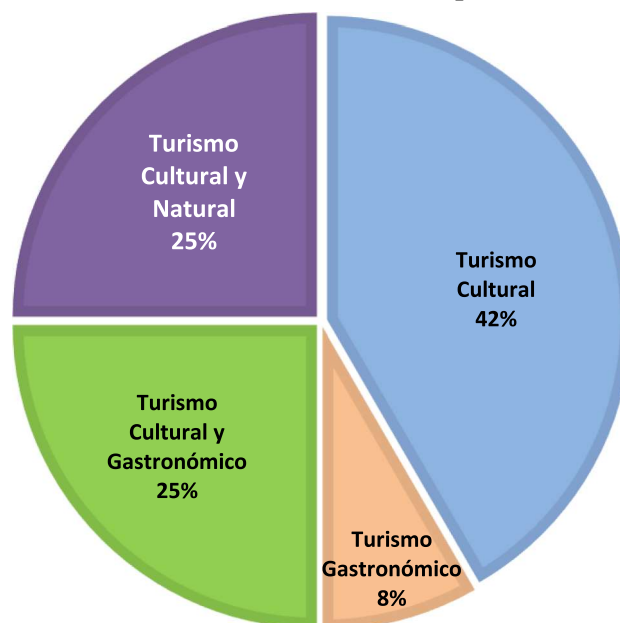


Análisis de la gráfica: los miembros de CCM, conformados por líneas estratégicas de desarrollo municipal, en un 83% el rol que desempeñan es en la logística de eventos y actividades que ellos realizan dentro y fuera del municipio. Y un 17% se desempeñan en actividades de seguridad y ordenamiento.

2. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla en este municipio histórico Náhuat-Pipil?

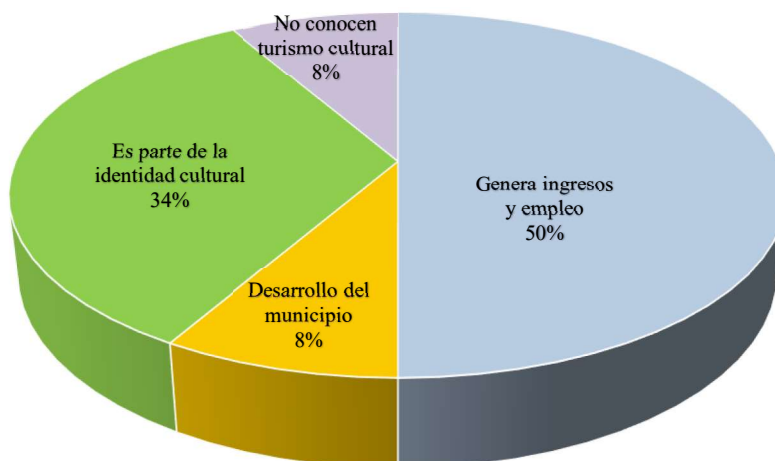
Gráfica 2: ¿Qué tipo de turismo se desarrolla en el municipio?

Análisis de la gráfica: La perspectiva de los miembros del CCM, sobre que turismo se desarrolla en el municipio de Nahuizalco, respondieron: que se practica el turismo cultural con un 42%, un 25% de los miembros piensan que es una mezcla entre turismo cultural y natural, donde la parte rural es aprovechada, pero con dificultades por la inseguridad en las afueras del municipio, un 25% también considera un turismo cultural gastronómico y solamente un 8% se orientan como turismo gastronómico.



3. ¿Qué opina acerca del *Turismo Cultural* y cómo esta actividad contribuye al desarrollo económico y social para su municipio?

Gráfica 3: ¿Qué opina acerca del *Turismo Cultural* y cómo esta actividad contribuye al desarrollo económico y social para su municipio?

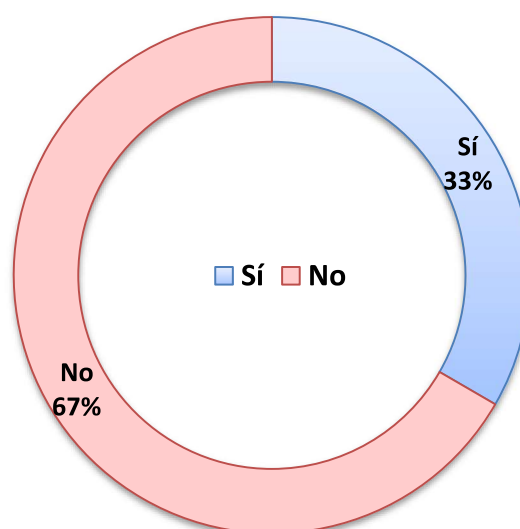


Análisis de la gráfica: Los integrantes del CCM de Nahuizalco, consideran en un 50% que lo contribuye y desarrolla el turismo cultural en el municipio es: *la generación de ingresos y empleos*; un 34% considera que el turismo cultural es parte de su identidad de costumbres y tradiciones, similar 8% recurren tanto los que sostienen que desarrolla el municipio y los que manifiestan no conocer esta tipología turística.

4. ¿Existen políticas turísticas; estrategias, planes y acciones dirigidos al turismo cultural?
Sí, No y ¿Por qué?

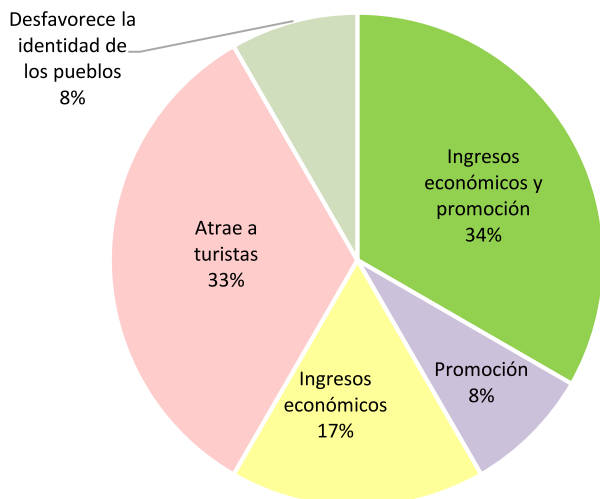
Análisis de la gráfica: los participantes del CCM, que están conformados por seis líneas estratégicas municipales, se les preguntó *si existían políticas o planes dirigidos al turismo cultural y si las conocían*; el 67% dicen que no hay políticas dirigidas al turismo cultural; 33% de sus miembros dicen que si hay políticas dirigidas al turismo, pero no las conocen con exactitud y no son aplicadas; como comité solo se organizan logísticamente.

Gráfica 4: ¿Existen políticas turísticas, estrategias, planes y acciones dirigidos al turismo cultural?



5. ¿Qué experiencia le refleja en la actividad turística de Nahuizalco, el Programa Pueblos Vivos Multidestinos y en especial el Circuito Turístico Ruta de Las Flores?

Gráfica 5: ¿Qué experiencia le refleja en la actividad turística de Nahuizalco, el Programa Pueblos Vivos Multidestinos y en especial el Circuito Turístico Ruta de Las Flores?

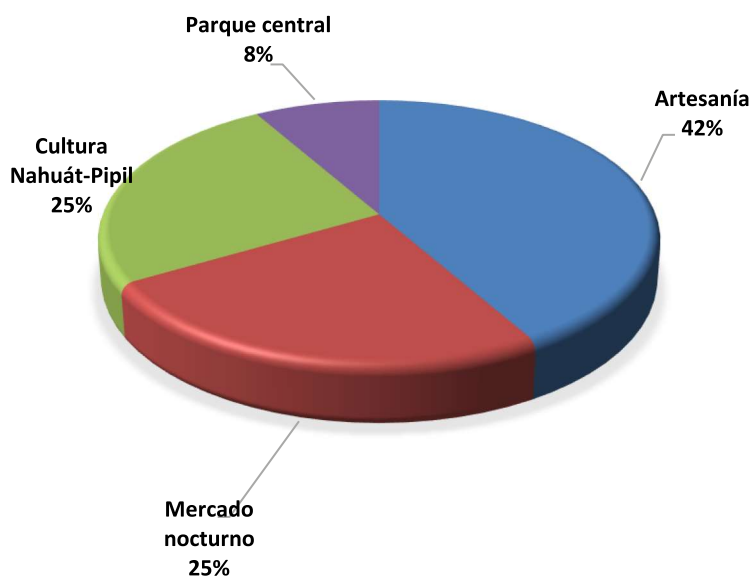


Análisis de la gráfica: los miembros del CCM perciben que la *experiencia de Pueblos Vivos y Ruta de Las Flores en la práctica turística de Nahuizalco* es la siguiente: un 34% consideran positiva la experiencia con ingresos económicos y promoción, un 33% considera que estos programas atraen flujos de turistas, un 17% considera solamente aspectos económicos, un 8% comenta que solo es promocionales turísticos; sin embargo un 8% considera la experiencia desfavorable indicando la pérdida de identidad de los pueblos.

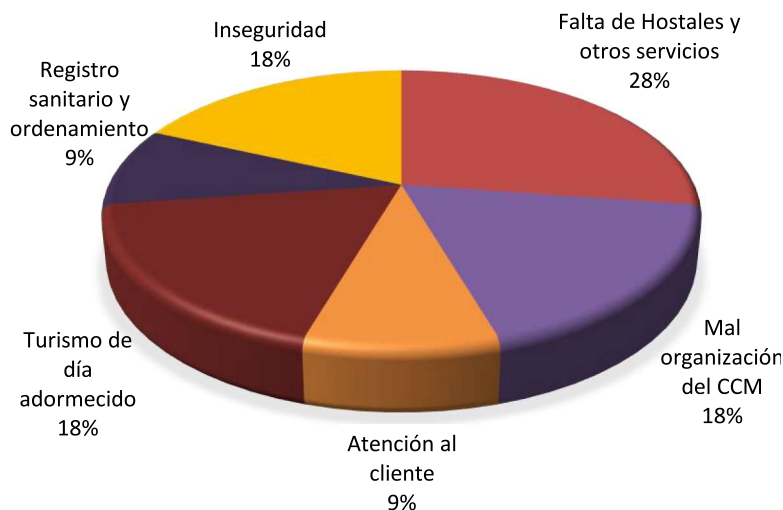
6. En su opinión ¿Cuál es la principal *fortaleza y debilidad* de la actividad turística Náhuat-Pipil de Nahuizalco?

Gráfica 6: ¿Cuál es la principal *fortaleza* de la actividad turística Náhuat-Pipil de Nahuizalco?

Análisis de la gráfica: la percepción de los miembros del CCM en las fortalezas que posee Nahuizalco como destino turístico son variadas: un 42% considera la artesanía local (fibras naturales y madera); un 25% se sienten fortalecidos con su cultura autóctona *Náhuat-Pipil*; con similar porcentaje (25%) comentan que la gastronomía del mercadito nocturno, y solamente un 8% manifiesta orgullo por la infraestructura del parque central.



Gráfica 7: ¿Cuál es la principal debilidad de la actividad turística Náhuat-Pipil de Nahuizalco?



Análisis de la gráfica: la percepción de los miembros del CCM, sobre las principales debilidades turísticas de Nahuizalco son: un 28% considera la falta de hostales y otros servicios básicos (*internet, espacios recreativos y otros*), y de forma respectiva con un mismo 18% se encuentran: mala organización de CCM, la inseguridad y que el turismo en el día no es tan activo como de noche. Solamente un 18% considera que es necesario contar con capacitaciones al servicio al cliente y tener controles de registros sanitarios y ordenamiento.

7. A su parecer, ¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser más competitivo frente a otros destinos?

Análisis de la gráfica: Los miembros del CCM, en un 34% consideran que serían más competitivos si se les capacita en tema de turismo cultural, un 25% manifiesta una mejor organización del CCM de cara al turismo local; otros miembros comentan con 17%, que Nahuizalco turísticamente debe ofertarse mejor. Sin embargo, de forma respectiva con un 8% en cada variable están: la falta de parqueo y hostales, ordenamiento de los negocios y mejor señalización, y fuentes de trabajo para la comunidad. Con el fortalecimiento de estas variables el CCM se vería más competitivo turísticamente.

Gráfica 8: ¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser más competitivo frente a otros destinos?



ANEXO 17. Entrevista Estructurada UPO de Nahuizalco y análisis de resultados

Como actividad de diagnóstico y con el propósito de conocer la perspectiva y expectativa de las Unidades Productivas Ofertantes (UPO) de la industria turística del casco urbano de Nahuizalco¹, se diseñó una guía de entrevista estructurada con enfoque común. A continuación se detallan los resultados y su correspondiente análisis:

a) Unidad de análisis y población

- **Unidad de análisis de los actores claves:** para propósitos de esta consultoría, se considera a la *Unidades Productivas Ofertantes (UPO)*, conformada por un mapeo de negocios emprendedores (*sectores artesanales, agropecuarios y comerciales*). Actor turístico clave que reviste importancia por la generación de ingresos económicos y empleos, relevantes en lo estratégico en el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.
- **Población:** Se realizó un censo, mediante entrevista a un seleccionando mapeo aleatorio de empresarios por actividad económica, esta delimitación nos brinda sintéticamente la siguiente población:

Sector Productivo	Número de	
	Negocios	Entrevistas
Industria Artesanal	16	16
Comercio y servicios	14	14
Negocios Agropecuarios	8	8
Total de negocios y entrevistas	38	38

Fuente: Elaboración propia.

b) Técnica e instrumento cualitativa utilizada

Técnica: Se realizaron *entrevistas estructuradas* a representantes del *Unidades Productivas Ofertantes (UPO)* de Nahuizalco, se agrupa en 3 Sectores Productivos, totalizando 38 entrevistas. Bajo esta técnica se busca indagar cualitativamente algunas variables claves de esta consultoría.

Instrumento: se utilizó una *guía de entrevista estructurada*, que contiene preguntas abiertas, con el objetivo de conocer su opinión crítica acerca del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.

A continuación se presenta el modelo de la *entrevista estructurada* utilizada:

¹. **Unidades Productivas Ofertantes (UPO):** (Sector Privado) Conjunto de negocios involucrados en la provisión del producto turístico cultural del casco urbano de Nahuizalco. Micro y pequeños empresarios de crucial importancia por los empleos e ingresos que generan.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL (MAECE)



ENTREVISTA ESTRUCTURADA

El objetivo de realizar esta entrevista, es conocer su perspectiva como miembro de las **Unidades Productivas Ofertantes (UPO)** del Sistema Turístico de Nahuizalco, información que utilizaremos con fines académicos para la investigación denominada: **“CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPIIL EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE”**.

Agradecemos su valioso tiempo y opinión brindada en el desarrollo de esta entrevista.

Unidades Productivas Ofertantes (UPO)

Fecha: _____

Industria Artesanal ☐

Comercio y servicio ☐

Negocios Agropecuarios ☐

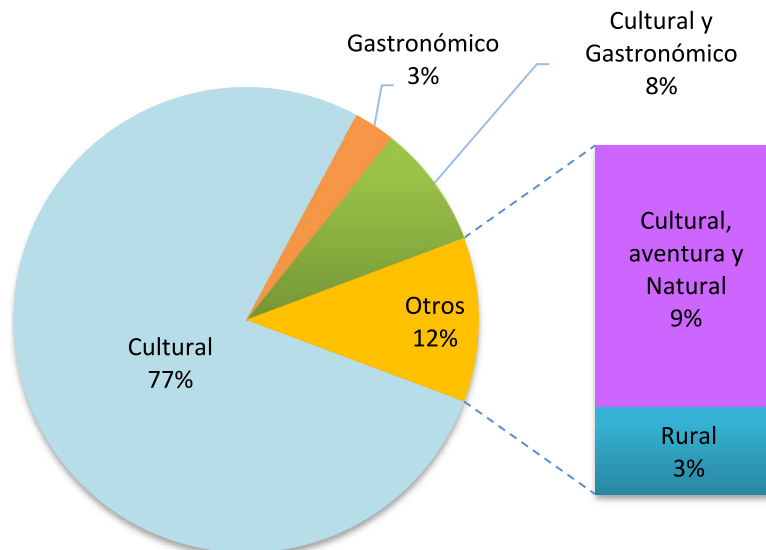
1. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla en este municipio histórico *Náhuat-Pipil*?
2. ¿Qué opina acerca del *Turismo Cultural* y cómo esta actividad contribuye al desarrollo económico y social para su municipio?
3. ¿Está consciente que la oferta turística de Nahuizalco, es un producto global que integra todos aquellos elementos (*servicio, producto, entorno, calidad...*) que son capaces de satisfacer las necesidades y experiencias de un turista cada vez más crítico y menos fiel.
Si ☐ No ☐ ¿Por qué?: _____
4. ¿Considera que la realización de un inventario de los principales productos y atractivos culturales, diversificará la oferta turística Nahuizalco?
Si ☐ No ☐ ¿Por qué?: _____
5. ¿Considera que un mayor conocimiento del perfil del turista cultural, haría más dinámica y de mejor calidad la oferta turística?
Si ☐ No ☐ ¿Por qué?: _____
6. ¿Qué experiencia le refleja en la actividad turística de Nahuizalco, el Programa *Pueblos Vivos Multidestinos* y en especial el Circuito Turístico *Ruta de Las Flores*?
7. En su opinión ¿Cuál es la principal fortaleza y debilidad de la actividad turística *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco?
8. A su parecer, ¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser más competitivo frente a otros destinos?

c) Análisis de resultados de entrevista estructurada a representantes UPO

Este anexo, presenta el análisis de los resultados obtenidos y recolectados, por medio de una entrevista estructurada, realizada a 38 miembros de UPO “*Unidades Productivas Ofertantes*”, con la intención de conocer su perspectiva; sobre el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.

1. ¿Qué tipo de turismo se desarrolla en este municipio histórico Náhuat-Pipil?

Gráfica 1: ¿Qué tipo de turismo se desarrolla en este municipio histórico Náhuat-Pipil?

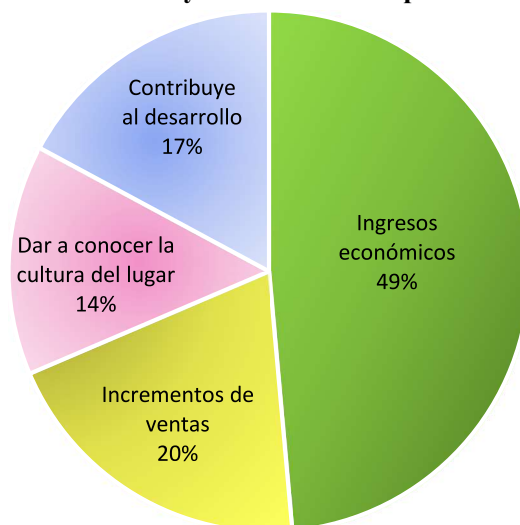


Análisis de la gráfica: el 77% de comerciantes o artesanos que integran las *Unidades Productivas Ofertantes*, consideran que el turismo que se realiza en el municipio es Cultural, un 12% piensan que se realiza un turismo mezclado entre lo cultural, aventura natural y Rural; este tipo de turismo se manifiesta en las afueras del casco urbano; la parte gastronómica es también un fuerte tipo de turismo con un 11%, la que es aprovechada por los ofertantes, dando vida a la plaza central de Nahuizalco.

2. ¿Qué opina acerca del Turismo Cultural y cómo esta actividad contribuye al desarrollo económico y social para su municipio?

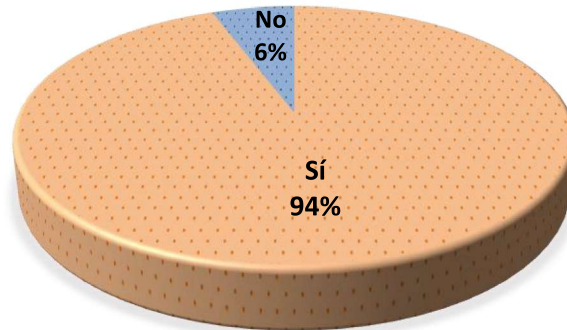
Análisis de la gráfica: Un 49% de las UPO, consideran el turismo cultural, como parte esencial en la generación de ingresos económicos; un 20% de las unidades expresan que mientras más afluencia de turistas incrementan las ventas; además otras entidades con 17% de valoración menciona que esta tipología turística favorece el desarrollo del municipio y un 14% de empresarios y artesanos mencionan que contribuye a ofertar la cultura con sus costumbres y tradiciones históricas.

Gráfica 2: Opinión acerca del Turismo Cultural y cómo esta actividad contribuye al desarrollo económico y social del municipio



3. ¿Está consciente que la *oferta turística de Nahuizalco*, es un producto global que integra todos aquellos elementos (*servicio, producto, entorno, calidad...*) que son capaces de satisfacer las necesidades y experiencias de un turista cada vez más crítico y menos fiel?

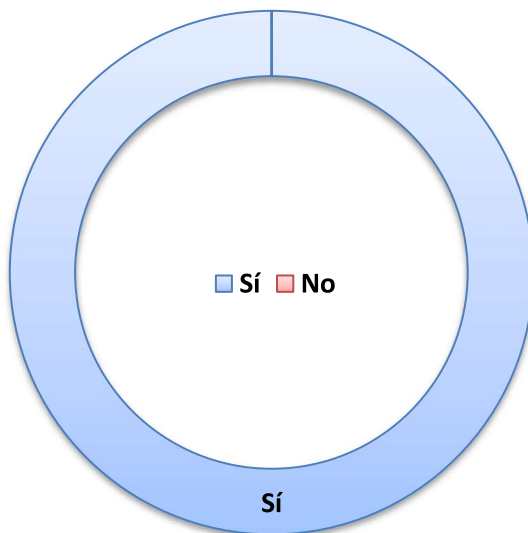
Gráfica 3: Conciencia de la oferta turística de nahuizalco, es un producto global



Análisis de la gráfica: de los 35 miembros entrevistados de la UPO, un 94% menciona que *sí* se conocen las preferencias de los turistas por medio de la atención y con respecto a las ventas que realizan, se expresa conciencia de satisfacer las necesidades y exigencias de los visitantes; además identifican que, si otorgan calidad de atención, el turista se va satisfecho y regresa al lugar. Un 6% dice que *no*, que necesitan conocer mejor al turista y que hace falta más inversión en este rubro.

4. ¿Considera que la realización de un inventario de los principales productos y atractivos culturales, diversificará la oferta turística Nahuizalco? *Sí, No y ¿Por qué?*

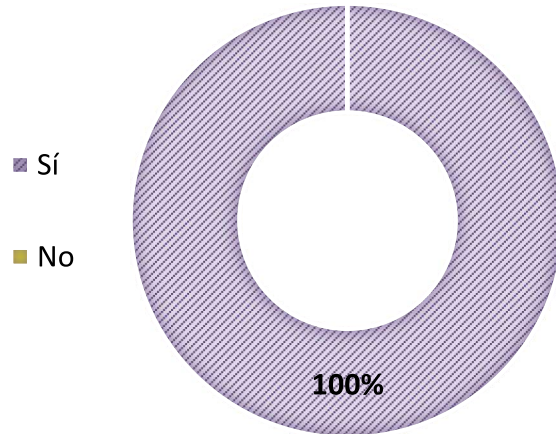
Gráfico 4. La realización de un inventario de los principales productos y atractivos culturales, diversificará la oferta turística Nahuizalco



Análisis de la gráfica: de los 35 entrevistados, el 100% reconoce que realizar un inventario de los principales productos y atractivos culturales, diversificará la oferta turística de Nahuizalco. Este portafolio de productos y atractivos otorga más opciones al turista, y amplía el conocimiento de la cultura *Nahuát-Pipil*.

5. ¿Considera que un mayor conocimiento del perfil del turista cultural, haría más dinámica y de mejor calidad la oferta turística?: Si, No y ¿Por qué?

Gráfica 5: Un mayor conocimiento del perfil del turista cultural, haría más dinámica y de mejor calidad la oferta turística

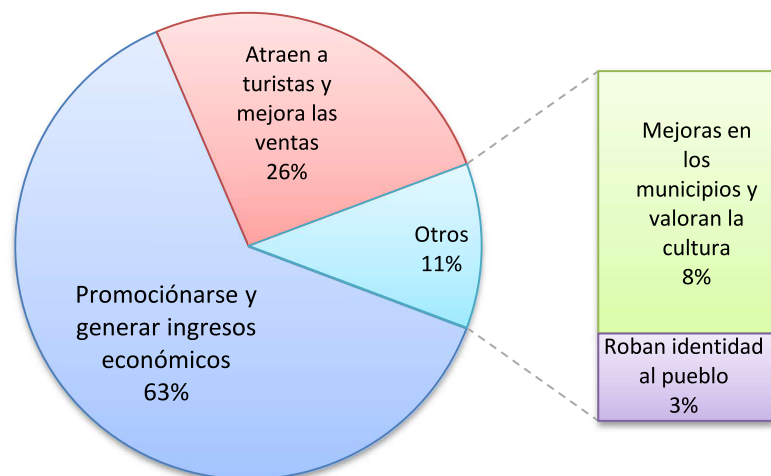


Análisis de la gráfica: los actores del sector productivo ofertante opinan, que a mayor conocimiento del turista cultural se desarrolla mejor el mercado turístico del municipio, lo dicen el 100% de los entrevistados.

6. ¿Qué experiencia le refleja en la actividad turística de Nahuizalco, el Programa Pueblos Vivos Multidestinos y en especial el Circuito Turístico Ruta de Las Flores?

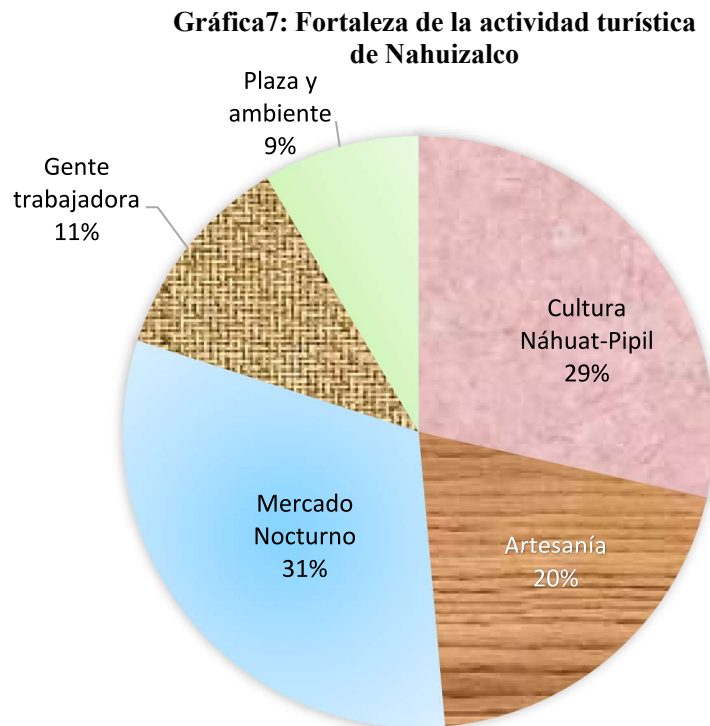
Análisis de la gráfica: un 63% de los entrevistados dicen, que *Pueblos Vivos* les ayuda para promocionarse, e incrementar y mejorar los ingresos económicos, ya que turistas los visitan más por identificar los municipios; un 26% manifiesta que atrae turistas y se mejoran las ventas. Un 8% comenta que se mejoran los municipios, ya que cada uno de ellos revive su cultura, se dan a conocer a los turistas y además los lugareños valoran lo que poseen. Es de mencionar que un 3% considera que no es favorable, ya que la forma en que se hace el programa de Pueblos Vivos roba la identidad de los pueblos.

Gráfica 6: Experiencia que refleja la actividad turística de nahuizalco, el programa Pueblos Vivos y Ruta de Las Flores.



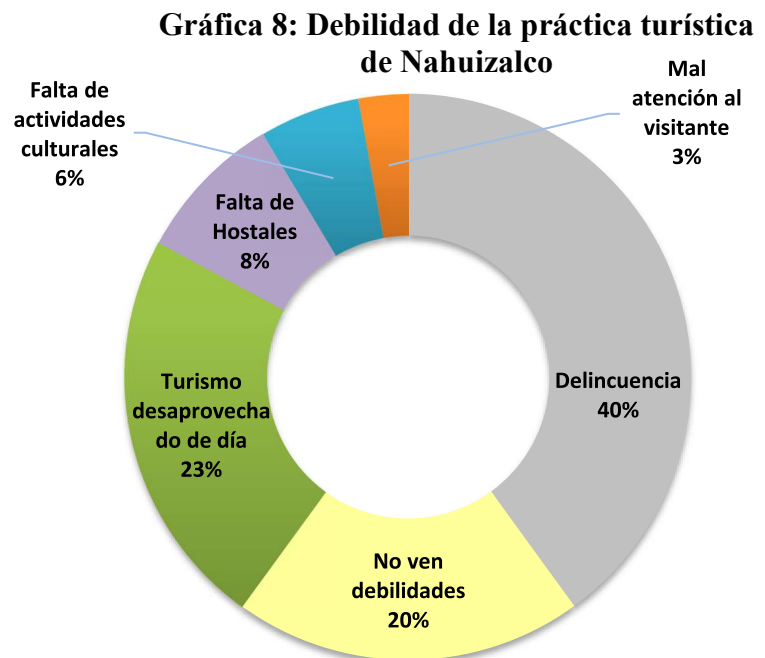
7. En su opinión ¿Cuál es la principal *fortaleza* y *debilidad* de la actividad turística *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco?

Análisis de la gráfica: Hay diversas opiniones sobre las *fortalezas*: un 31% dicen que son fuertes en la gastronomía del mercadito nocturno, un 29% manifiesta que es la cultura *Náhuat-Pipil*, le siguen la artesanía local (fibras naturales y madera) con un 20%. Una variable a considerar es su gente trabajadora con un 11%, por último, un 9% reconoce que el municipio cuenta con una plaza donde genera un ambiente agradable que atrae a los visitantes.



¿Cuál es la principal debilidad de la actividad turística *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco?

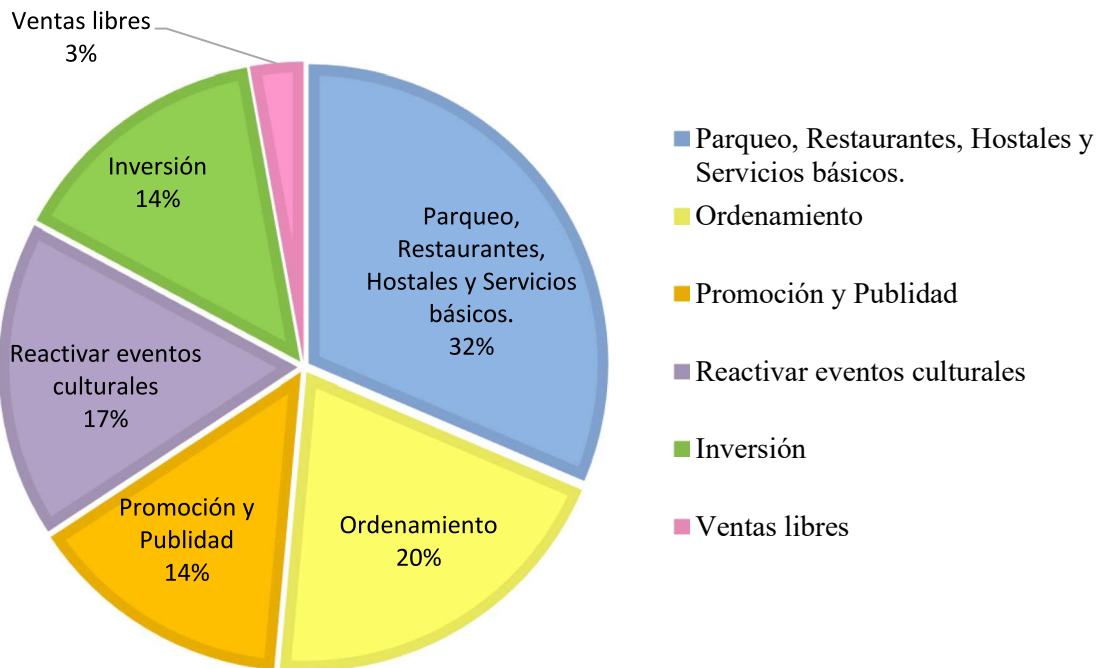
Análisis de la gráfica: la variable más reconocida como debilidad por el 40% de los entrevistados es *la delincuencia*, un 23% argumenta que un factor visible al visitar el lugar de día, es que el turismo es desaprovechado; un 20% no ven debilidades, la falta de hostales lo enuncia un 8% y como otras debilidades comentan la falta de actividades culturales y mala atención de los visitantes con un 6% y 3% respectivamente.



8. A su parecer, ¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser más competitivo frente a otros destinos?

Análisis de la gráfica: Un 32% de los entrevistados considera, que es necesario tener parqueo suficiente (cuando se realizan eventos y hay una afluencia importante de turistas no dan abasto), también la existencia de restaurantes, hostales y servicios básicos; además un 20% manifiesta que es necesario un ordenamiento en sectores para que se desarrolle de mejor forma el turismo, un importante 17% de las UPO comenta en reactivar eventos culturales; con un 14% de forma respectiva consideran la promoción y mayor inversión en infraestructura. Este gráfico refleja la percepción de empresarios y artesanos que consideran necesario para fortalecer el Sistema Turístico de Nahuizalco.

Gráfica 9: ¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser más competitivo frente a otros destinos?



ANEXO 18. Autoridades y/o programas en materia turística nacional

Este anexo describe brevemente, las principales autoridades y/o entidades; como los programas y proyectos directamente participantes en materia turística nacional:

A. Autoridades y/o entidades rectoras en materia turística nacional

- 1) **Ministerio de Turismo (MITUR):** es el organismo rector en materia turística de El Salvador, a quien le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de los objetivos de la ley de turismo.

Para su consulta directa visite: <http://www.mitur.gob.sv/>

Considera al turismo, como un eje estratégico de desarrollo, que potencia más empleos y sus efectos multiplicadores sobre las micro y pequeñas empresas, desde una interrelación positiva socioeconómica, cultural, ambiental y territorial. Uno de sus principales retos es: mantener y superar una tendencia en crecimiento anual del 4.61%¹.



Sus logros más significativos:

- Aprobación de préstamo por \$25 millones otorgado por el *BID*, el objetivo principal es: contribuir a la disminución de la pobreza y el aumento al bienestar social y económico de El Salvador, a través del incremento en el ingreso y el empleo que genera el turismo. La distribución de estos fondos se invertirán en: *atractivos turísticos, emprendimiento local, gobernanza turística, entre otros*.
- Lanzamiento y gestión de una serie de programas turísticos estratégicos (*Pueblos encantadores, pueblos vivos, vive tu país, marca destino, otros*), que apoyan la industria turística nacional.
- Un avance significativo en el tema de la competitividad turística de acuerdo al informe del Foro Económico mundial que destaca a El Salvador por su escalada en el ranking mundial de competitividad turística pasando de la posición 104 a la 91. Se avanzaron 13 posiciones.

- 2) **Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR):** entidad autónoma de derecho público, cuya finalidad principal es *la promoción de los sitios turísticos más atractivos del país*, fomentando la inversión extranjera y nacional. Visite: <http://www.corsatur.gob.sv/inicio/>

Esta entidad desarrolla el sector turismo a través de:

- La promoción de los atractivos turísticos del país en el extranjero
- Llevar el Registro Nacional de Turismo
- Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés interno e internacional.



¹ Datos obtenidos de MITUR, *Rendición de cuentas período Junio 2014-Mayo 2015*.p.3.

- 3) **Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU):** es la entidad encargada de: *Promover y estimular la recreación familiar, social y excursionismo* a través de su red de parques recreativos, brindando un servicio eficiente y de calidad para el sano esparcimiento de las familias salvadoreñas. Visite: <http://www.istu.gob.sv/> . La recreación la realiza principalmente a través de:



- **Los Buses alegres:** Sistema de transporte integral, el cual tiene como finalidad facilitar a las familias salvadoreñas; el traslado a los Parques Recreativos y otros sitios turísticos del país. La programación se realiza de forma mensual, con diferentes destinos parques acuáticos turísticos (*Atecozol, Costa del Sol, Amapulapa, Apulo, otros*) y Naturales (*Puerta del Diablo, Cerro Verde, Walter Deininger*).

- 4) **Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR):** es una Asociación sin fines de lucro, fundada en 1978, por la necesidad y en pro del desarrollo turístico del país con el objeto de impulsar, promocionar y fomentar el Turismo. Aglutinan en una sola entidad y tiene como asociadas a las diferentes gremiales turísticas. Su objetivo principal es: representar y defender los intereses del sector turístico e incidir en las políticas relacionadas con el mismo; facilitando su competitividad e impulsando el turismo para que sea el motor de desarrollo económico y social del país. Viste: <http://www.casatur.org/>



CASATUR está comprometida con la promoción del desarrollo de la industria turística en El Salvador, dedicada a apoyar y fortalecer a las empresas y gremiales turísticas, bajo las siguientes funciones:

- Representatividad en el ámbito turístico a nivel público y privado.
- Apoyo en el fortalecimiento institucional del asociado.
- Facilitar la participación en eventos y ferias de turismo.
- Miembro de la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (*FEDECATUR*).

- 5) **Policía Nacional de Turismo (POLITUR):** es una división de la Policía Nacional Civil (PNC) de El Salvador; POLITUR es una división especializada en Turismo, resultado del convenio firmado entre *PNC-MITUR*; la que deberá brindar seguridad, asistencia y orientación a los turistas; así como la protección del patrimonio cultural y turístico de El Salvador. Sus principales servicios son:

- Escoltas a turistas y asistencia a guías turísticos locales.
- Capacitación de seguridad en circuitos turísticos



B. Programas y proyectos turísticos estratégicos de desarrollo nacional

Las autoridades turísticas de El Salvador, gestionan *programas y proyectos estratégicos* de turismo nacional, orientados al desarrollo económico local de los pueblos y la mejora en la calidad de vida de sus habitantes; entre los que se mencionan:

1) UN PUEBLO UN PRODUCTO²

Es una estrategia de desarrollo económico local que tiene su fundamento en el trabajo de las comunidades, convirtiéndolas en actores activos de la solución de sus propios problemas, a través de la innovación de sus productos. Es impulsada por el Gobierno Central de El Salvador a través del *Ministerio de Economía (MINEC)* y la *Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)* y MITUR; una trilogía de trabajo de que se acompaña además del Gobierno Local y actores claves³.



Este proyecto surge en el marco del *Movimiento Un Pueblo Un Producto*, creado en el año 2012 por el MINEC, la CONAMYPE, el Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), el Centro Regional de Promoción de la MIPYME (*CENPROMYPE*) y la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (*JICA*). Se gestiona mediante un Concurso de Fondo no Reembolsable⁴, que busca impulsar la matriz productiva y el fortalecimiento de pequeños negocios; mediante el desarrollo integral de las comunidades en la producción de productos o bienes y servicios, a través del mejoramiento de las habilidades y las capacidades organizativas de sus habitantes. Actualmente la experiencia de este proyecto a nivel nacional, encamina 30 pueblos con comités y 63 pueblos sensibilizados; los ejemplos por excelencia son: San Lorenzo, en Ahuachapán (*Jocote Barón Rojo y el Loroco*), y Santa María Ostuma, La Paz, (*la piña en sus diferentes variedades*).

2) PUEBLOS VIVOS

Es una estrategia de turismo nacional, una modalidad de hacer *turismo interno*, estableciendo un vínculo de cultura, medio ambiente y gastronomía con su propia gente. Este programa orienta en un valor turístico: *la identidad, historia, cultura, tradiciones, gastronomía de los pueblos salvadoreños*; fomentando la participación ciudadana y el apoyo a la mediana y pequeña empresa, como parte de la proyección económica local.



Pueblos Vivos es la estrategia transversal del MITUR y CORSATUR, iniciando en el año de 2009, con un marcado trayecto en de desarrollo turístico en cada uno de los municipios participantes; este exitoso programa ha permitido avanzar de manera progresiva con procesos que marcan un empoderamiento territorial a través de la participación ciudadana y el fortalecimiento de las *MIPYMEs* con una oferta turística de calidad. Este programa se enfoca en la siguiente filosofía:

² Esta estrategia, tiene sus orígenes en el concepto de *desarrollo económico rural comunitario* implementado por Japón, bajo el nombre de *One Villa ge One Product (OVOP)*, el cual promueve el aprovechamiento de los recursos locales a través de procesos de desarrollo endógeno que buscan elevar las capacidades comunitarias en función de mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Esta estrategia se ha promovido en varios países del mundo por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (*JICA*). Ver: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (*CONAMYPE*). Primera Edición, El Salvador (2015). “*Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local “Un Pueblo, Un Producto El Salvador”*”.

³ El MINEC tiene asignado un monto de USD \$720,000.00 dólares para el concurso, fondos provenientes del “*Programa de Apoyo al Desarrollo Productivo para la Inserción Internacional*” financiado por Banco Interamericano de Desarrollo (*BID*). El monto máximo a cofinanciar³ por proyecto es de \$60,000.00 que no incluye el impuesto al valor agregado (IVA). La bases de competencia del concurso “*Un pueblo, un producto*” edición 2015³, establece que en este tipo de concurso no pueden participar proyectos orientados a productos agropecuarios en el eslabón de producción primaria, *prestación de servicios turísticos*, entre otros. Cfr: <http://www.minec.gob.sv/descargas/bases-para-participar/>

⁴ Aporte financiero no reembolsable entregado por el MINEC por medio de FONDEPRO a las empresas para ejecuten su proyecto, cofinanciado en hasta el 85% por parte del Fondo y 15% por el grupo asociativo.

- **Enfoque:** su componente humano, que se mide mediante la participación activa de los gobiernos locales y sus *Comités de Desarrollo Turístico (CDT)*.
- **Meta:** contar con municipios turísticos competitivos con una oferta de productos y servicios de calidad, posicionando así destinos innovadores, cálidos y autosostenibles.
- **Objetivo:** Promover y estimular la participación e integración de los actores locales de los distintos municipios, generando espacios para el intercambio de experiencias exitosas, que permitan un crecimiento en materia de turismo, mediante en valor turístico de sus recursos, el fortalecimiento de su identidad y el arraigo con sus habitantes, hasta convertir sus municipios en *Destinos Encantadores*, sostenibles y con una oferta turística de calidad.
- **Segmentos y categorías:** El programa considera dos segmentos (*pueblos con encanto cultural y natural*), cada uno de ellos con sus categorías, de los cuales los municipios participan según su potencial:

Esta estrategia turística local, ha sido diseñada bajo la óptica *de la innovación de la oferta turística y la sensibilización de los pueblos*. A continuación se mencionan las dos últimas ediciones de pueblos vivos:

a) Pueblos Vivos “Producto Multidestinos 2015”⁵

Para la edición 2015, *Pueblos Vivos* cambia de enfoque en la oferta turística, con una iniciativa denominada “*Producto Multidestino*”, con la que se busca fortalecer el diseño y posicionamiento de circuitos y rutas turísticas, bajo una nueva plataforma basada en cuatro pilares fundamentales: *turismo, innovación, conectividad y asociatividad*. El programa *Pueblos Vivos* inició en el año 2009 con 56 municipios inscritos, en el año 2014; 235 municipios abrazaron el programa, lo que se tradujo en una participación del 89.7% de los 262 a nivel nacional⁶.

b) “Pueblos Vivos Circuitur 2016”⁷

MITUR lanza la octava edición de *Pueblos Vivos*, un enfoque que se fundamenta en tres pilares: *conectividad, trabajo en equipo y paquetes turísticos innovadores*; con el cual se pretende fortalecer la oferta turística especializada de 53 circuitos multidestinos locales⁸, por medio de la creación de *paquetes turísticos* de los municipios participantes, con el objetivo de que se posicionen como nuevos destinos temáticos, por zonas, y dinamizar la economía local en los territorios. La estadística de MITUR advierte que en el año 2016 se realizaron más de 10 millones de viajes en turismo interno, generando una dinámica económica superior a los \$ 191.5 millones.

c) “Pueblos Vivos Tu destino 2017”⁹

MITUR lanza la novena edición de *Pueblos Vivos Tu Destino*, un enfoque de mayor dinamización de turismo interno, lo que promoverá la calidad de la oferta turística de los 53 circuitos turísticos actuales, agrupados en 256 municipios. *Pueblos vivos 2017* pretende desarrollar productos, destinos y su comercialización, para atraer más turistas esta estrategia se fundamenta en tres ejes fundamentales: Sostenibilidad, medio ambiente y cultura. Los circuitos turísticos mantendrán la misma organización de ediciones anteriores segmentadas en Naturaleza, Aventura, Historia y Cultura.

⁵ Cfr: <http://www.mitur.gob.sv/index.php/novedades/noticias/item/132-pueblos-vivos-2015>

⁶ El 25 marzo de 2015, es juramentado por autoridades de MITUR el *Comité de Desarrollo Turístico (CDT) del municipio de Nahuizalco* acompañando de 21 municipios más. El crecimiento de los CDT ha sido significativo, hoy la cifra asciende a 232, de los cuales 6 son regionales y uno departamental.

⁷ *Pueblos Vivos Circuitur 2016*, es una motivación para las diferentes municipalidades ya que los resultados obtenidos en el período de 2009 a 2015 han sido excelentes. Se han brindado 4,449 asistencias técnicas, beneficiando a 32,807 actores turísticos de los Comités de Desarrollo, también se han realizado 30 proyectos de infraestructura turística. Cfr: <http://elmundo.sv/mitur-lanza-pueblos-vivos-circuitur-2016/>

⁸ <http://elsalvador.travel/impressive/en/circuitos-pueblos-vivos-multidestinos/>

⁹ Cfr: *El Diario de Hoy. Negocios. Pueblos Vivos TU DESTINO 2017*. Domingo, 9 de abril de 2017, p.22.

El MITUR, atiende además los siguientes programas y proyectos turísticos (*ver cuadro*):

Programa/proyecto	Descripción
PUEBLOS ENCANTADORES	Segundo peldaño en la estrategia del modelo para fortalecer la oferta turística, se exhibe una forma de presentar a los pueblos en El Salvador.
VIVE TU PAÍS	Orientado a sensibilizar a los salvadoreños residentes en el exterior, generando un mejoramiento de la imagen de El Salvador.
PROASISTUR	Programa de Asistencia al Turista, que funciona por medio de <i>Call Center</i> y una coordinación permanente con la Policía de Turismo.
INVERTURES	Busca dar espacio para que se desarrollen en los territorios, todas aquellas ideas de negocios, planes y proyectos turísticos.
FORMATURES	<i>Formación Turística de El Salvador</i> , cuenta con un formato especializado para el sector empresarial, el cual está dedicado al turismo.
CIELOS ABIERTOS	Acuerdos bilaterales o multilaterales de transporte aéreo orientados a incentivar la inversión y atraer el turismo hacia EL Salvador.
MARCA DESTINO	Compuesta por un logotipo, símbolos y valores que se asocien en la mente del turista a El Salvador representando su identidad.

Fuente: elaboración propia Cfr: <http://www.mitur.gob.sv/>

C. Marca País

En el año 2007, la consultora *J. Walter Thompson* diseñó y desarrolló un distintivo nacional denominado: “*El Salvador, ¡Impresionante!*”, desde el 2009 MITUR y CORSATUR la han utilizado a nivel internacional como marca destino, un distintivo turístico que ha tenido el propósito de posicionar el turismo interno en la mente de los turistas. Su uso exclusivo en la última década se ha orientado al turismo, una marca país también se utiliza para las exportaciones y atraer inversiones.



A finales del mes marzo 2017, El Salvador reveló su nueva marca país, una herramienta que le apoyará en la tarea de mejorar su competitividad en los mercados internacionales cada vez más reñidos, y que le permita posicionándose como un destino que promueva las inversiones, las exportaciones y el turismo¹⁰. Esta innovadora estrategia se presentó en el marco del primer *Foro Internacional de Inversiones El Salvador 2017*¹¹, destacando que las empresas que cumplan con requisitos establecidos y apoyen los valores nacionales podrán licenciarse para usar la marca país. El organismo promotor de las inversiones y exportaciones de El Salvador (*PROESA*), lideró el comité interinstitucional en el diseño, estrategia comercial y comunicacional que apuesta por un El Salvador con más turistas con mayor interés por los productos nacionales.

¹⁰ *FutureBrand* establece un *Ranking* de como las naciones están posicionadas en base con seis grandes áreas: “*made in*” o reputación de los productos locales, sistema de valores de la población por su identidad, turismo, herencia cultural, aptitud de negocios y calidad de vida. El Salvador está entre los peores puestos con el 107 de 123 a escala mundial y el 20 de 21 en Latinoamérica. Cfr: La Prensa Gráfica. *Lanzan marca que representará a El Salvador*. Miércoles, 29 de marzo 2017, p. 30.

¹¹ Alrededor de 600 participantes de todo el mundo (*representantes de identidades y empresas de los continentes Americano, Europeo y Asia*), asistieron al Primer Foro Internacional de Inversiones El Salvador 2017, celebrada entre el 28 y 29 de marzo del mismo año, se expusieron ventajas como país al ser receptor de inversiones en sectores estratégicos como el turismo entre otros. Cfr: El Diario de Hoy. *Gobierno lanza Marca País: “El Salvador, grande como su gente”*. Miércoles, 29 marzo 2017, p. 33.

Esta marca país con su lema “*El Salvador, grande como su gente*”, es la apuesta para posicionar su imagen, tanto en el mundo de los negocios como en el turismo. Será una herramienta que permitirá posicionar y destacar la imagen como un país con atractivo turístico: *ubicación estratégica paisajes naturales, infraestructura, gastronomía, arte y cultura, destacando lo más importante su gente cálida y emprendedora*, entre los colores se escogió el añil por ser un color representativo. Su filosofía es enfatizar a los salvadoreños como propuesta de valor, ya que contará con el apoyo de destacados artistas en diversos aspectos de la ciencia, arte, gastronomía, cultura, y diversas facetas de la idiosincrasia nacional como principal embajadora de la marca a nivel internacional¹².



Una marca país reside su diferencial en cinco valores: *sostenibilidad, excelencia, origen, progreso social e innovación*¹³, por ello este distintivo será de carácter integral promoviendo y posicionando *inversiones, exportaciones y turismo*. Las autoridades

involucradas sostienen que más que una imagen de mercado es un enfoque estratégico que pretende encontrar las mejores alternativas que identifiquen a un pueblo que se convierta en el elemento diferenciador clave de éxito. La nueva marca país fue diseñada por la empresa de origen inglés *Interbrand*¹⁴ que se adjudicó tras una licitación internacional., costó \$ 450,000, con el apoyo del Banco Interamericano para el Desarrollo (BID). Esta marca ha recibido críticas dentro del ámbito publicitario por su parecido (*en composición de colores y conceptos*) con otros logos internacionales¹⁵. En Centroamérica las marcas países están representadas por: Guatemala (“*Corazón del Mundo Maya*”), Honduras (“*Somos para ti*”), Nicaragua (“*Única Original*”), Costa Rica (“*Esencial Costa Rica*”), Panamá (“*Panamá The Way*”).

¹² Cfr: <http://www.laprensagrafica.com/2017/03/30/asi-creo-interbrand-la-marca-pais-para-el-salvador>

¹³ La Prensa Gráfica. El Economista. *Marca país: la ventana al mundo*. Lunes, 20 de marzo 2017, p. 32.

¹⁴ Interbrand es una consultora especializada en marcas a nivel mundial con una red de 31 oficinas en 27 países, con experiencia en el desarrollo de *marcas país* en cinco continentes incluidas Chile, Australia, Holanda, Corea del Sur, Johannesburgo y la marca regional para los Juegos Olímpicos de Sochi 2014. Para el desarrollo gráfico se identificó las oportunidades principales que ayudaron a diferenciar al país en cuanto a *inversión, promoción y turismo*. La letra “V”, situada en el centro del nombre del país, tiene el objetivo de comunicar tanto la infinita variedad de vividas experiencias que vivir en este país como el origen desde el que han sido creados, el color añil es distintivo de identidad de una sólida asociación histórica con El Salvador y su gente. <http://interbrand.com/newsroom/interbrands-concept-and-visual-identity-for-brand-el-salvador-brings-the-countrys-growth-strategy-to-life/> <http://grafica.info/interbrand-crea-la-marca-pais-el-salvador/>

¹⁵ El Diario de Hoy. Negocios. *La Marca País costó \$450,000*. Jueves, 30 de marzo 2017, p. 33. Cfr:

ANEXO 19. Líneas estratégicas del CCM de Nahuizalco

El Comité de Competitividad Municipal de Nahuizalco (CCM)¹, es responsable de la tarea de *coordinar y gestionar el funcionamiento* de las líneas estratégicas (*políticas, programas y acciones*) dirigidas al desarrollo municipal, esta se describen a continuación:

Líneas estratégicas (LE) del CCM de Nahuizalco²

LE 1: Fomento de organización empresarial y alianzas entre el Gobierno Local y Sectores Público-Privado.

- Gestionar el desarrollo de capacitaciones, talleres, asistencias para fortalecer el CCM, entre ellas: Organización/Reestructuración del CCM; Trabajo en Equipo; Plan de Comunicación (*Interna y Externa*) (*Boletín informativo, Reunión bimensual con Concejo Municipal, que exista comunicación con municipalidad y otras entidades locales sobre eventos que se promueven en el municipio*); Gestión de Conflictos; Gestión de Recursos.
- Identificar e integrar a otros empresarios/as y otros productores/as líderes del municipio al CCM con el afán de robustecer su funcionamiento.
- Velar por la integración/fusión de otras estructuras organizadas del municipio (Comité de Prevención).
- Articular el trabajo con instituciones que apoyan al sector empresarial en función de necesidades y oportunidades que identifiquen los actores organizados con apoyo de EMPRE.

LE 2: Fortalecimiento de la actividad turística del municipio.

- Dar seguimiento al registro y gestión de la Marca Municipio/Elaboración de Manual.
- Gestionar la instalación de un kiosco informativo.
- Seguimiento al mantenimiento de la modernización del centro urbano: mejorar servicio de baños públicos, jardinería, reparación de calles y aceras, mantenimiento a las señales viales instaladas y gestionar señalización turística en área rural, entre otros.
- Socializar a mayor escala las dos rutas turísticas diseñadas.
- Desarrollo de Grandes Eventos Turísticos: Semana Santa; Día de la Siembra; Fiestas Patronales; Natividad de la Virgen de las Mercedes y día de los farolitos nahuizalqueños; Cofradía de la Virgen del Rosario (Octubre); Día de Los Canchules; Mercadito nocturno con velas.
- Realizar intercambios con otros municipios.

FOMENTO DE TURISMO HISTÓRICO, CULTURAL Y RECREATIVO

1. Elaboración de Plan de Promoción Turística a) Crear una marca de municipio. b) Dar a conocer los distintos atractivos (*recursos naturales, culturales, históricos, costumbres y productos*) que ya tiene a disposición el municipio para turistas y visitantes, a través de herramientas de comunicación (*brochures, panfletos, volantes, cartelera informativa permanente, otros.*) c) Elaboración de mapas turísticos d) Señalización turística que oriente a los/as visitantes y turistas hacia los diversos atractivos del municipio
2. Proyecto de modernización del Centro Urbano (ordenamiento vehicular, sistema de limpieza municipal turística, Mercado y Tiangué)
3. Relanzamiento del mercado nocturno con velas

¹ Unidad Estratégica conformada principalmente por miembros de la Alcaldía Municipal y sector privado, se rigen por su reglamentación interna y son responsables de la *coordinación y gestión* de las líneas estratégicas.

² Las Líneas Estratégicas (LE) fueron proporcionadas por el CCM de Nahuizalco, por ser un documento oficial de la municipalidad; estas se presentan en su versión y formato original (solamente en sus acciones generales)

4. Desarrollo de tardes culturales, montaje de ferias y otras actividades en donde se ofrezcan productos locales (agropecuarios, artesanales, alimentos típicos)
5. Proyecto para el diseño y habilitación de nuevas rutas turísticas, incluyendo organizar empresas turísticas que manejen caminatas a las zonas turísticas naturales disponibles.
6. Rescate y conservación de tradiciones religiosas e históricas acaecidas en el municipio
7. Fortalecer el Comité de Turismo del municipio
8. Reglamentación para el Desarrollo de actividades turísticas

LE 3: Desarrollo productivo en el municipio.

- Realizar un Censo/Inventario de las iniciativas económicas de Nahuizalco con apoyo de la Academia (USO, ESFE, CDMYPE, ADEL SONSONATE), municipalidad y otras instituciones.
- Proyecto de fortalecimiento de la gestión empresarial y de capacidades técnicas y para sector empresarial y productivo de Nahuizalco a través del EMPRE.
- Promover la gestión de calidad en la elaboración de productos y servicios que ofrecen empresarios/as y productores/as de Nahuizalco.
- Fomentar el desarrollo y/o participación en espacios que permitan mejorar la venta de productos y servicios que se producen en el municipio (ferias, festivales, ruedas de negocio, etc.)

LE 4: Formación del Recurso Humano e inserción laboral.

- Coordinación de acciones con distintas unidades de municipalidad que atienden el tema (Unidad de la Mujer, Proyección Social, Centro de Formación Vocacional, EMPRE).
- Gestionar el diseño de un Proyecto de formación.
- Gestión con cooperantes o instituciones para la ejecución de las actividades formativas (tales como AGAPE, ESFE, CEDART, entre otras).
- Establecer perfiles de participantes por área a desarrollar, realizar promoción de actividades formativas, proceso de selección y hacerles saber el compromiso que adquieren al ser formados/as.
- Desarrollo de los talleres de formación.

LE 5: Seguridad y Ordenamiento de la Ciudad

- Promoción permanente de cultura de paz en el municipio en trabajo conjunto con el CSPV en Nahuizalco.
- Coordinación entre PNC, CAM, DM6 para establecer Plan de acciones conjuntas para atender la seguridad ciudadana y de visitantes/turistas.
- Socializar la ordenanza contravencional.
- Seguimiento a Proyecto de ornato y limpieza: Limpieza de rótulos; pinturas de murales y postes; Equipamiento en la ciudad con depósitos de basura (zona urbana y rural); Señalización y nomenclatura de principales calles y vías alternas (urbano y rural); Gestión de espacios para habilitar zona de parqueo; Seguimiento al servicio que se ofrece a través de los sanitarios públicos; Iluminación de calles y accesos tanto internos como rurales.
- Campañas de orientación a la población sobre el manejo adecuado de desechos sólidos y reciclaje.

LE 6: Fortalecimiento de capacidades del Gobierno Local para el ejercicio de su competitividad.

- Seguimiento/apoyo por CCM y municipalidad para la permanencia de la unidad EMPRE que apoya al desarrollo del tejido empresarial.
- Seguimiento a la operatividad de la Ventanilla de Atención Empresarial.
- Gestionar la Capacitación al personal de municipalidad para que desarrolle habilidades que permitan mejorar la competitividad.
- Seguimiento a implementación de mecanismos de transparencia (*sitio web, Rendiciones de Cuenta, etc.*).
- Seguimiento a la evolución del Índice de Competitividad Municipal.

APÉNDICES



APÉNDICE 1. Términos de Referencia de Consultoría (TDRs)

Términos de Referencia de Consultoría (TDRs)



El presente documento técnico (*Términos de Referencia-TDRs*), está diseñado para fines ilustrativamente académicos de esta investigación, conteniendo los requisitos, características técnicas generales y específicas de los servicios profesionales de la *Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate*, requerida por las autoridades turísticas del referido municipio. En buena medida, el éxito de la consultoría está en función de los TDRs.

Los Términos de Referencia están diseñados para informar a los consultores potenciales el alcance esperado del trabajo. Esta estructura de TDRs, es congruente con la normativa y prácticas del Banco Mundial (BM), los que sirven de base de armonización con organismos multilaterales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), entre otros. Se presentan los elementos básicos con que debe contar un TDRs para el campo de valuación de programas públicos. En ocasiones, algunos TDRs suman otros elementos a la lista básica, tales como: *criterios de evaluación, forma y plazo para presentar propuestas, requerimientos administrativos, entre otros elementos que forman ya parte de los compendios administrativos de las bases o pliegos de petición.*



Nahuizalco, Sonsonate, 11 de septiembre 2015.

Estimados Señores Consultores:

La Asociación de Desarrollo Turístico a través de su Comité (CDT), Comité de Competitividad Municipal (CCM) y Casa de la Cultura, todos representantes como autoridad turística del municipio de Nahuizalco, por este medio *promueve e invita* a presentar su Currículo Vitae actualizado con sus respectivos atestados y expresión de interés en participar en el proceso de contratación denominada **“SERVICIOS PROFESIONALES DE CONSULTORÍA PARA APOYAR EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO”**

Anexo a esta invitación se remite *Términos de Referencia y Criterios de Evaluación de Consultoría*, cuya elaboración se orienta a los servicios de consultoría para evaluación puntual de programas específicos¹. El plazo es de **un año** para la ejecución de la Consultoría, la que inicia desde su contratación.

Para la selección del consultor, se utilizará el método de *Selección de Consultor Individual*, de acuerdo con los procedimientos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) detallados en las *Políticas para la Selección y Contratación de Consultores* y que se encuentran bajo la siguiente dirección en el sitio de Internet. <http://www.iadb.org/procurement>

O descargar en <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=774399>

Los consultores interesados deberán presentar y entregar la propuesta (*Técnica y Económica*), en las oficinas de Comité de Desarrollo Turístico, 3ª calle poniente, Boulevard Monseñor Romero, contiguo a Casa de la Cultura, Centro Urbano Histórico de Nahuizalco, Sonsonate; a más tardar 18 de septiembre 2015.

Esperando contar con su participación, aprovecho la oportunidad para saludarles.

Cordialmente,

Sra. Flor Castaneda de Elías

Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco



Sra. Berta Alicia Escobar

Casa de la Cultura de Nahuizalco



Comité de Competitividad Municipal
Asociación de Desarrollo Turístico de Nahuizalco



¹ Los *Términos de Referencia y Criterios de Evaluación*, están preparados conforme al marco de proyecto CLAD-Banco Mundial “Fortalecimiento de los Sistemas de Monitoreo y Evaluación en América Latina”. Enero 2009.

Términos de Referencia de Consultoría (TDRs)

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE CONSULTORÍA

I. GENERALIDADES DE LA CONSULTORÍA		2
II. JUSTIFICACIÓN		2-7
1) Contexto de Nahuizalco como destino turístico		2
2) Antecedentes de la práctica turística de Nahuizalco		3
3) Problemas a resolver y oportunidades por aprovechar		4
4) Resguardo de la Consultoría		5
5) Objetivos esperados de la consultoría		6
III. ALCANCE DE LA CONSULTORÍA		7-13
1) Metodología de la Consultoría a realizar		7
2) Alcance de la investigación turística de Nahuizalco		9
3) Mercado meta turístico cultural		10
4) Actores turísticos claves implicados		10
5) Actividades a realizar en la intervención de consultoría		11
6) Responsabilidades de consultoría		12
7) Productos de la Consultoría		12
8) Informes a entregar		13
IV. PERFIL DE LOS CONSULTORES		13-14
1) Formación Académica y Profesional del Consultor		13
2) Habilidades y otros conocimientos		13
3) Experiencia previa en la prestación de estos servicios		14
4) Documentación legal del proveedor del servicio		14
5) Referencias de trabajos similares realizados		14



V. LUGAR Y PLAZO DE LA CONSULTORÍA	14
1) Lugar.....	14
2) Plazo.....	14
VI. CONDICIONES ESTABLECIDAS	15
1) Propuesta Económica.....	15
2) Supervisión y Coordinación	15
VII. DERECHOS INTELECTUALES.....	15
1) Confidencialidad	15
2) Derechos de propiedad.....	15
VIII. RECURSOS Y FACILIDADES PROVISTOS A LOS CONSULTORES	15-16
IX. COSTOS ESTIMADOS DE CONSULTORÍA	16-17
1) Propuesta económica	16
2) Forma de pago.....	17
3) Impuestos y retenciones	17
X. ESTRUCTURA DE OFERTAS DE CONSULTORÍA	17
XI. DOCUMENTOS LEGALES A PRESENTAR.....	17
XII. PLAZO DE RECEPCIÓN	17
XIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA LA CONSULTORÍA	18
XIV. ANEXOS.....	19-21
ANEXO A: Formulario de Presentación de Propuesta Técnica.....	19
ANEXO B: Formulario de Presentación de Propuesta Económica	21



LÍNEA ESTRATÉGICA (LE: 2)
FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
DE NAHUIZALCO



LA ASOCIACIÓN DE DESARROLLO TURÍSTICO,
COMITÉ DE COMPETITIVIDAD MUNICIPAL
Y CASA DE LA CULTURA



TÉRMINOS DE REFERENCIA (*TDRs*)
PARA CONTRATAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES DE
UNA CONSULTORÍA EN TURISMO CULTURAL, PARA
FORTALECER LA PRÁCTICA TURÍSTICA *NÁHUAT-PIPI*L,
EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE
SONSONATE, EL SALVADOR.



**LA ASOCIACIÓN DE DESARROLLO TURÍSTICO,
COMITÉ DE COMPETITIVIDAD MUNICIPAL Y
CASA DE LA CULTURA
NAHUIZALCO, SONSONATE, EL SALVADOR**

TÉRMINOS DE REFERENCIA (TDRs)¹

SERVICIOS PROFESIONALES DE CONSULTORÍA PARA EL PROYECTO

**"FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII DEL
MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE, EL SALVADOR"**

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS PROFESIONALES DE CONSULTORÍA

I. GENERALIDADES DE LA CONSULTORÍA

Objetivo	Promover estrategias que fortalezcan la práctica turística del municipio, aprovechando de forma competitiva y sostenible el potencial de la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> , como un eje que permita dinamizar el beneficio, sustento y desarrollo económico-social, siendo un atenuante de pobreza, que mejore la calidad de vida de sus habitantes, y ser una alternativa turística diferenciadora de la <i>Ruta de Las Flores</i> a nivel nacional e internacional.
Área de Experticia	Turismo Cultural
Inicio	Septiembre 2015 (<i>Aprobación de Anteproyecto Académico</i>)
Tiempo de la Consultoría	Un año
Responsable de asignación	Asociación de Desarrollo Turístico (ADT) de Nahuizalco
Lugar de destino	Casco Urbano Histórico Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador

II. JUSTIFICACIÓN

1) Contexto de Nahuizalco como destino turístico

Nahuizalco además de ser el portal de la *Ruta de Las Flores* (*segunda Ruta turística más importante de interés nacional*) como primer destino turístico de este circuito, es un pueblo encantador con laboriosos agricultores y artesanos de origen indígena *Náhuat-Pipil*; donde su belleza cultural se plasma principalmente en artículos de tule, maderas y maderas; su dinámica turística se desarrolla en su casco urbano, donde se puede disfrutar de variados atractivos culturales (*Gastronomía, Historia, Artesanía, otros*). Un destino cultural que recibe una afluencia mensual aproximada entre 3,000 a 8,000 visitantes (*nacionales y extranjeros*); estimando un gasto promedio diario por turista que ronda los \$20; convirtiéndose en el soporte económico de sus habitantes.

¹ Este documento técnico se presenta para propósitos académicos de esta consultoría, sin embargo, cuenta con la estructura formal de las *Normas de Selección y Contratación de Consultores, con préstamos del BIRF*, créditos de la AIF y donaciones por prestatarios del Banco Mundial, Enero 2011.

2) Antecedentes de la práctica turística de Nahuizalco

La consultoría se desarrollará en la ciudad de Nahuizalco (*casco urbano histórico*), departamento de Sonsonate, situado en la falda sur de la cordillera *Apaneca-Ilamatepec*. La ruta principal de llegada a este cultural destino turístico, es a través de la carretera panamericana CA-8, a 7.4 kilómetros al Norte de la cabecera del departamento y a 72 Kms. de la Ciudad de San Salvador.

Nahuizalco es una de las poblaciones indígenas y artesanales, con ricas tradiciones, historias culturales y religiosas, más arraigadas del país. Un pueblo cultural, ubicado entre cerros y coloridas montañas; pleno de historia, costumbres y leyendas; por lo que es considerado un municipio turísticamente cultural por sus artesanías de “mimbre”, además de ser una población de fuertes y profundas costumbres culturales religiosas, en donde aún existen vestigios patentes de la cultura *Náhuat-Pipil*². y de su habla el *Náhuat*. Este histórico municipio, se encuentra en el corazón del recorrido de dos principales rutas turísticas del país: “*Las Flores*” y “*Náhuat-Pipil*”, por ser uno de los más reconocidos y antiguos núcleos indígenas de El Salvador, que sufrió los estragos del *Levantamiento Campesino en 1932*, ocasionando el exterminio de la mayoría de población hablante del *Náhuat* como el obligado abandono de su riqueza cultural.

La oferta turística de Nahuizalco es restringida y limitada, solamente se conocen el mercado nocturno (*único a nivel nacional*) y su iglesia colonial *San Juan Bautista* como principales atractivos, cuando este municipio cuenta con una amplia riqueza como: *arquitectónica* por su plaza e iglesia, *gastronomía* con sus típicos platillos tradicionales, una historia cultural y sus artesanías domésticas, Casa de la Cultura y el Museo *Náhuat-Pipil*, que en conjunto como producto turístico, pueden potenciarse para incrementar la demanda, integrando el entorno cultural y patrimonial de la localidad.

El turismo es un fenómeno complejo que es extremadamente difícil de describir de manera breve y precisa. El sector urbano de Nahuizalco, orienta su principal actividad económica a la industria turística, primordialmente al *turismo cultural*³, la que descansa en un entorno patrimonial histórico dentro de un corazón turístico.

² El término *Náhuat-Pipil* es un neologismo (*un préstamo lingüístico de una palabra compuesta por la unión de dos palabras ya existentes*). *Náhuat* (*Nawat en Pipil*): la lengua oficial de los indígenas *Pipiles* que aún habitan en la zona occidental y central de El Salvador, y que se diferencia del *Náhuatl* hablado en México por su acento de /tl/ a /t/; y *Pipil*: término *Náhuat* que proviene de *Pipiltzin* que significa *noble, señor o príncipe* aunque también se deriva de *Poliptoton*, que significa *niño, muchacho u hombrecito*. El nombre fue dado a las *Nahuas* que habitan en El Salvador, ya que al escuchar hablar a los *Pipiles*, les parecía un *Náhuatl* más que un *Náhuat* pronunciado, con acento de niño (lengua *Náhuat-Pipil*). Para esta consultoría turística: *Náhuat-Pipil* hace referencia al conjunto de prácticas culturales que es la herencia de un legado indígena artesanal, como una de las tradiciones culturales ancestrales más arraigadas del país (*Artesanía, gastronomía, historia, leyendas, prácticas religiosas, entre otras*) que se involucran dentro de la práctica turística de Nahuizalco.

³ Conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos (*turistas, microempresarios artesanos, agentes públicos y privados*) con el objetivo de fortalecer las diferentes actividades que permitan a los ciudadanos disfrutar de manifestaciones culturales, artísticas, ancestrales y patrimoniales en un entorno distinto al habitual.

Las autoridades turísticas del municipio centran su atención en *la cultura* dentro de la práctica turística, como un motor dinamizador en la apuesta por la recuperación de un valor patrimonial, atenuante de pobreza y desarrollo para sus habitantes. Para propósitos de esta necesidad de consultoría, la emprendedora práctica turística de Nahuizalco, así como sus relaciones, sinergias y divergencias; será visualizada como una idea de *Sistema Turístico*. Este enfoque considera el turismo como la suma de todas las posibles relaciones e interacciones que se producen, dirigiendo la atención a las dinámicas que vinculan a Turistas (*Demanda*), Microempresarios y Productos turísticos (*Oferta*), Actores Públicos y Privados (*Actores*) cuando se trata de atraer visitantes a la cultural ciudad de Nahuizalco.

3) Problemas o debilidades a resolver y oportunidades por aprovechar

El turismo cultural es una tipología aún emergente, que viene adquiriendo un significativo protagonismo en los mercados durante las últimas décadas. *La ampliación del cuadro motivacional de un turista crecientemente activo, la apuesta de administraciones públicas y privadas por la recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural, el auge de las llamadas industrias culturales y las amplias posibilidades de margen de desarrollo para la creación de productos turísticos específicos en el ámbito de la cultura, entre otros,* explican el crecimiento de esta tipología turística a nivel mundial.

Cultura y turismo son términos que concentran un amplio debate, y que se han convertido en los últimos años, en un *binomio simbiótico* cada vez más fuerte en la industria turística. La primera se mueve por las creaciones, manifestaciones o expresiones generadas por cualquier sociedad, contribuyendo a su diferenciación en los mercados. A su vez, el turismo suele partir del turista o de la idea de sistema y favorece la difusión de la cultura y genera ingresos vitales para su conservación y puesta en valor. El *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, como cualquier otro municipio, cuenta con problemas, debilidades y oportunidades por aprovechar; las que mencionamos a continuación y que definen la necesidad de requerimiento de esta consultoría:

- La práctica turística de Nahuizalco no es tan dinámica y creciente como en otros municipios vecinos participantes de la *Ruta de las Flores*.
- En los últimos años se ha convertido en “*un destino turístico de Paso*”.
- Aprovechamiento insuficiente de recursos turísticos, a pesar sus ventajas competitivas.
- Solitaria plaza central sin vistosidad turística durante el transcurso del día.
- No existe una convergencia comercial entre artesanos y el flujo de visitantes.
- No se cuenta con una organización formal, objetiva y estratégica de la práctica turística.
- Pérdida generacional creciente de la lengua *Náhuat-Pipil*, como de algunos valores, costumbres, y tradiciones ancestrales.
- Abandono gradual de la cultura, que pone en riesgo todo un conjunto de herencias patrimoniales turísticas propias de Nahuizalco.
- No existe una política turística organizada y reglamentada para su desarrollo.
- Carente formación de los actores turísticos en turismo cultural.

- La oferta turística de Nahuizalco que se promueve es restringida y limitada.
- No se cuenta con un perfil de la demanda turística cultural.
- Identificar ofertas turísticas potenciales que incrementen la demanda.
- Carencia de estudio de factores sensibles y con alta dependencia.
- Este municipio no cuenta con hostales o casa de huéspedes que permitan más confortable el paseo.
- Fortalecer su dinámica sosteniblemente en el largo plazo (*Sostenibilidad Turística*).
- Visión cortoplacista del enfoque *turístico-cultural*.
- Carencia de programas o estrategias de fortalecimiento turístico cultural.
- Nahuizalco no ha logrado potencializar su riqueza cultural (*artesanal, historia y arquitectónica, como principales fortalezas*).



Este municipio Pipil, cuenta con la existencia de amplios espacios culturales apenas explorados turísticamente, nutridos de diversos recursos, que deben ser orientados hacia una revalorización de sus culturas tradicionales. Cuenta con laboriosos artesanos y una peculiar gastronomía. La gran mayoría de sus visitantes que llegan a este hermoso destino, se retiran con una común percepción: *"Nahuizalco, es un gigante turístico cultural que aún no fortalece su riqueza histórica patrimonial"*.



4) Resguardo de la Consultoría

La práctica turística cultural, es una actividad de especial interés para el sustento y desarrollo territorial, económico y social de Nahuizalco, por lo que su fortalecimiento es indispensable. La consultoría debe proyectar un profundo interés en desarrollar competitivamente y de forma sostenible el Sistema Turístico Cultural de este municipio Pipil, que representa el motor dinamizador de su economía, además pretende ayudar a crear las condiciones necesarias para mejorar la calidad de vida de su población y satisfacer la demanda, en la que rescatando y manteniendo su identidad cultural ancestral, se aprovechen sus amplias ventajas competitivas.



El resguardo de esta consultoría requerida se fundamenta:



- Estimular y dinamizar la actividad turística de Nahuizalco, fortaleciendo este sector de gran importancia, fundamentándose en buenas prácticas de gestión en turismo que permitan explotar el potencial cultural.
- Reactivar la industria turística cultural, iniciando por una organización formal que integre a los participantes de forma que reglamenten y promocionen estratégicamente.
- Gestionar la marca de municipio, exponiendo la cultura y sus ventajas acompañado de comerciantes y artesanos como principales fortalezas.



- Desarrollar la sostenibilidad turística de Nahuizalco, siendo un elemento *imperativo* para su competitividad y viabilidad económica en el largo plazo. Este equilibrio sostenible debe mantener: *una comprensión de las exigencias y la satisfacción de sus visitantes, respetando la participación activa de comunidades anfitrionas y autenticidad indígena, la búsqueda de prosperidad de sus habitantes reduciendo pobreza, rescatando y conservando la riqueza e identidad cultural.*
- Aprovechamiento de sinergias turística culturales en la Ruta Náhuat-Pipil, que incorpora seis municipios del departamento de Sonsonate; *Cuisnahuat* con sus máscaras de madera, *San Julián* con sus cultivos de bálsamo y cacao, *Izalco*, mitos y leyendas, *San Antonio del Monte* industria del barro y velas, *Santo Domingo* y *Guzmán* alfarería del barro rojo y por su puesto *Nahuizalco* con sus petates y obras de artes tallados en madera.
- La propuesta de esta consultoría, debe convertirse no solo en un instrumento para dinamizar el trabajo de las actividades turísticas del municipio de Nahuizalco, sino como un documento técnico que gestione la búsqueda de fondos de financiamiento *no reembolsables*, ante programas de cooperación gubernamental.
- Una consultoría sobre el fortalecimiento sostenible y competitivo del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco* debe incursionar mejoras como: ingresos económicos, al aumentar los flujos de visitantes, metodologías de turismo diferentes a la práctica tradicional, generación de empleo, (*estables y cualificados*), reactivación y valoración de tradiciones culturales entre sus habitantes.

5) Objetivos esperados de la consultoría

a. General

Fortalecer las actividades turísticas (*culturales, históricas y recreativas*) que les permita aprovechar el potencial del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil de forma competitiva y sostenible, con la finalidad de contribuir como motor dinámico del desarrollo local y atenuante de pobreza, que mejoren la condición de vida de los habitantes de Nahuizalco.

b. Específicos

- Contar con un *diagnóstico* del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil de Nahuizalco, que permita conocer sus relaciones, sinergias y divergencias.
- Generar un estudio de la *demandas turística cultural*, para conocer el perfil de los visitantes, que permita a los ofertantes aprovechar el potencial turístico.
- Proponer un *estudio técnico del entorno cultural* del Sistema Turístico de Nahuizalco, para visualizar la importancia de su potencial riqueza patrimonial.
- Perfilar un *inventario de los principales atractivos culturales*, que diversifique la oferta de los productos turísticos.
- Analizar y sintetizar los determinantes de la oferta turística cultural Náhuat-Pipil. (*Destino, recurso, producto, mercado, actores, gobernanza, uso turístico, otros*).

- Evaluar el efectivo posicionamiento promocional de la oferta turística cultural, a través de una diferenciación sostenible.
- Concluir con el seguimiento de registro de la *marca municipio* y propuesta de manual.
- Proponer una organización *turístico-cultural* dentro de un marco institucional, que implique sinergia entre los sectores de *turismo y cultura*.
- Contar con políticas o estrategias que impulsen el rescate y conservación de las principales tradiciones de identidad cultural ancestral *Náhuat-Pipil*.
- Proponer *políticas turísticas*, mediante un modelo de turismo cultural que exprese buenas prácticas para los sectores: *turismo-cultura*.
- Brindar asesoría y asistencia técnica *in situ* para que las autoridades turísticas implementen el plan de fortalecimiento.
- Dar seguimiento y asistencia técnica en el desarrollo de herramientas de gestión de turística cultural.
- Motivar a los actores turísticos claves a que mejoren la práctica turística.
- Capacitar y Asesorar a los miembros de las autoridades turísticas en el seguimiento de la implementación de propuestas.



III. ALCANCE DE LA CONSULTORÍA

El fortalecimiento del Sistema Turístico de Nahuizalco a desarrollarse, debe considerar el análisis interno de la práctica turística (*determinantes de la oferta y establecer perfil de la demanda*), y factores externos dependientes, para ello debe considerar la metodología la de consultoría y las actividades que se realizarán:

1) Metodología de la Consultoría a realizar⁴

La consultoría debe adaptarse a la complejidad del problema del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, como a las características propias y actitudes de sus actores claves, de quienes se tendrá un grado de involucramiento y participación activa. En la fase de diagnóstico se debe examinar a profundidad la práctica turística cultural de Nahuizalco, considerando para ello las relaciones existentes entre el problema y los objetivos que pretenden alcanzar, dejando al descubierto factores (*internos y externos*) que orienten la capacidad potencial de cambios encaminados a resolver el problema de forma efectiva y el aprovechamiento de oportunidades.



La metodología debe concentrarse fundamentalmente en resolver el problema, conforme los objetivos del fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco; garantizando los esfuerzos en los sectores turísticos internos donde pueden tener el mayor impacto (*Destino, recursos, productos, mercado, otros*).



⁴ Los *Términos de Referencia* suelen no incluir la metodología a emplear en la ejecución de la consultoría, siendo el consultor solicitante quien elabora las propuestas en su oferta técnica. En este caso, la autoridad turística contratante espera que el profesional presente como parte de su oferta la propuesta metodológica o que desarrolle como parte de sus servicios.

Para los propósitos de los objetivos de esta consultoría, se utilizará un enfoque de investigación mixto (*cuantitativo y cualitativo*), ya que se considera que el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco presenta una serie de relaciones e interrelaciones complejas y multidisciplinario; contribuyendo a que se realice en equipos integrados por personas con intereses y aproximaciones metodológicas diversas, por lo que no puede orientarse a un solo enfoque.

Para esta fase se plantea la siguiente metodología a realizar:

- Antes de iniciar la fase de diagnóstico, es necesario *revisar el problema prioritario*, advirtiendo ajustes (si es necesario) sobre todo en los objetivos de las Autoridades Turísticas de Nahuizalco; justificado por recientes incrementos de circuitos turísticos, cambios del Programa de *Pueblos Vivos* y la dinámica de la industria turística.
- Una de las tareas fundamentales del diagnóstico, será el determinar las causas o factores que ocasionan el problema prioritario; como también las relaciones y sus interrelaciones potenciales; aplicando para esta tarea un método científico riguroso.
- El principal material sobre el que se construirá esta consultoría para tener una visión clara de su comportamiento serán: los hechos (*vivencias, habilidades, experiencias, historias, anécdotas, otras*) que dispone la práctica turística de Nahuizalco.
- El diagnóstico de la consultoría se clasificará en dos criterios fundamentales:
 - **En función de la estructura del Sistema Turístico:** examinado los problemas y oportunidades de sus componentes esenciales, enfatizando la demanda turística y los determinantes de la oferta (*Destino, recurso, producto, mercado, uso, gobernanza, otros*) y demás partes del Sistema, describiendo comportamientos futuros y las ideas o soluciones relacionadas (*Análisis Interno*).
 - **En la responsabilidad de actores claves del Sistema Turístico:** entrevistando la percepción de los miembros de: Comité de Competitividad Municipal, Comité de Desarrollo Turístico y La Unidades ofertante del turismo del municipio.
- Conforme se desarrolle la consultoría, se proporcionará avances de informes a los actores turísticos involucrados sobre: resultados de campo (*cuestionario y entrevistas*), conclusiones preliminares y formulación de posibles soluciones.
- Esta consultoría utilizará entrevistas a miembros de Comité de Competitividad Municipal, Unidades Productivas Ofertantes (UPO) y Comité de Desarrollo Turístico. Los datos obtenidos se orientan a resolver los problemas o a introducir mejoras al Sistema Turístico.
- Es de especial interés de esta consultoría para fines de competitividad turística, la tarea como instrumento analítico esencial, la comparación de Nahuizalco con otros municipios homogéneos de la Ruta de Las Flores y de la industria turística en general.
- La descripción de la realidad de las condiciones, los acontecimientos y causas de la práctica turística de Nahuizalco, deben orientar su esfuerzo en lo esencial hacia el futuro advirtiendo desafíos y posibilidades de desarrollo turístico.



- Se emitirá un informe de diagnóstico a nivel de síntesis y vinculándolo con la fase de propuesta, conteniendo factores novedosos y útiles para los actores claves del Sistema Turístico de Nahuizalco, que identifique las medidas esenciales de solución, si se tiene la capacidad potencial para hacerlo y qué beneficios se obtendrían en el futuro.
- La misión de consultoría continúa con la propuesta, por lo que se emitirá un informe de consultoría, previo de una serie de reuniones para su discusión y examen de las conclusiones principales, la metodología y lo más importante la orientación de resolución del problema y aprovechamiento de oportunidades.

2) Alcance de la investigación de la práctica turística de Nahuizalco

La práctica turística de Nahuizalco, es una actividad de especial interés para el sustento y desarrollo territorial, económico y social, que mejoren la calidad de vida de sus habitantes.

Sobre esta perspectiva, esta consultoría tendrá los siguientes alcances de investigación:

- **Explorativa:** se revisará abundante literatura sobre el turismo de Nahuizalco, sin embargo no se encuentran sólidos antecedentes que aplique al contexto del Sistema Turístico Cultural, por lo que se comenzará por explorar la cultura y la práctica turística *Náhuat-Pipil*, mediante algunas entrevistas a los actores principales, turistas, lugareños y posteriormente generar datos sobre, la cultura turística, perfil de turista cultural, satisfacción y expectativas entre otros; que permita una investigación más precisa.
- **Descriptiva:** se realizará un estudio técnico del entorno cultural del sistema turístico de Nahuizalco, lo que buscará describir su dinámica de interrelaciones con mayor puntualidad y asociarán diversas variables de la oferta y la demanda turística; como de los elementos del sistema (*infraestructura, actores y actividades turísticas culturales*).
- **Correlacional:** la presente consultoría buscará conocer o asociar el grado de relaciones sinergias y divergencias de variables independientes como dependientes sobre el Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil* de Nahuizalco, que permita correlacionar por ejemplo: a mayor conocimiento del perfil del turista cultural, mayor será la dinámica de la oferta turística, o que a mayor aprovechamiento del potencial turístico mayor será el enriquecimiento y conservación de su patrimonio ancestral.
- **Explicativa:** la investigación tendrá un valor e información de carácter explicativo, ya que busca determinar y responder cuáles son las razones o causas del desaprovechamiento del potencial Turístico Cultural de Nahuizalco, busca explicar condiciones que manifiestan la relación de sus principales variables, en cuanto a síntomas como: *reducida dinámica de la oferta, una frágil demanda turística cultural, debilitamiento de la competitividad turística y por ende un desarrollo turístico local insostenible en el largo plazo.*



3) Mercado meta turístico cultural

La cultura adquiere una creciente importancia en la configuración y consolidación de los destinos turísticos, contribuyendo a su diferenciación en un mercado saturado, limitado y poco creativo. A la vez, el turismo puede ser una potente herramienta a favor de la cultura, contribuyendo a la generación de ingresos que puedan apoyar y fortalecer el patrimonio, la producción y la creatividad cultural de Nahuizalco. Un **"Mercado turístico cultural"** es el mecanismo que asegura que se articule la relación entre oferta y demanda, a través del intercambio de bienes y servicios turísticos, y se determinen sus precios".

El mercado meta turístico será el *casco urbano de Nahuizalco y la Ruta de Las Flores* a la que pertenece⁵. Estos destinos son de *naturaleza y cultura*, recursos básicos de atracción turística para los visitantes (*nacionales e internacionales*). Estos mercados implican un comercio regulado, en el que existe competencia entre los participantes y por lo tanto:

- Se ponen en contacto los diferentes agentes que intervienen en el proceso, generando las demandas de bienes y servicios turísticos por parte de los potenciales turistas y la oferta por parte de las empresas prestadoras de los mismos.
- Se dirimen las capacidades competitivas de cada destino para posicionarse ante la potencial demanda (*turista final y operadores turísticos*).

Mediante estos criterios y definición de mercado turístico, la consultoría deberá advertir que mercado, no se trata de un concepto físico, sino más bien operativo, en el que confluyen los intereses de oferta y demanda turística cultural.

4) Actores turísticos claves implicados

Para propósitos de esta consultoría, se delimitan los actores turísticos en tres agrupaciones claves, que reciben y ejecutan directrices de la línea estratégica (LE: 2) *"Fortalecimiento de la Actividad Turística de Nahuizalco"*:

- **Comité de Competitividad Municipal (CCM)**, representado por empleados municipales (*sector público*), empresarios (*sector privado*) y comunidad.
- **Comité de Desarrollo Turístico (CDT)**, integrado por delegados municipales y en mayoría por el sector empresarial, ciudadano y asociaciones.
- **Unidades Productivas Ofertantes (UPO)**, representado por la industria turística del casco urbano de Nahuizalco, pertenecientes al sector productivo.

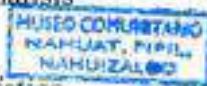
Estos comités, están organizados y representados por: autoridades municipales, sector empresarial (*artesano, turístico y otros servicios*) y comunidad de Nahuizalco (Comerciantes y residentes de la dinámica *socio-cultural y económica* del municipio).

⁵ Interesa este estudio, por ser una ruta turística competitiva, un corredor turístico de interés creciente, floreciente en cultura y naturaleza, cercana y de mayor influencia potencial en el mercado turístico de Nahuizalco (*incremento de flujo turístico, nuevos segmentos y prácticas de Benchmarking turístico, entre otros*).

5) Actividades a realizar en la intervención de consultoría

Con el propósito de lograr el objetivo general y los objetivos específicos de la consultoría, se describen a continuación las tareas y principales actividades a realizar:

- Involucrarse profundamente en la cultura *Náhuat-Pipil*, la que ejerce considerable influencia sobre el funcionamiento de la práctica turística de Nahuizalco, difícil de identificar y captar de forma comprensiva.
- Observar la naturaleza, características, diferencias y afinidades relacionales de los sectores turísticos y culturales del municipio de Nahuizalco.
- Analizar el Sistema Turístico Cultural (STC) de Nahuizalco, principalmente en sus elementos principales (*Productos Turísticos, actividades turísticas y actores claves*).
- Capacitar, asesorar y brindar soporte técnico en todo lo relacionado con el Marco Teórico-Conceptual en turismo Cultural, a las autoridades, actores y responsables de la práctica turística de Nahuizalco.
- Realizar entrevistas a representantes del *Comité de Competitividad Municipal (CCM)*, miembros del *Comité de Desarrollo Turístico (CDT)*, Unidades Productivas Ofertantes (UPO) de la industria turística del casco urbano de Nahuizalco. Todos actores claves que revisten importancia por la experiencia y conocimientos (*económica, social y cultural*) relevantes y estratégicos sobre el Sistema Turístico Cultural *Náhuat Pipil*.
- Diseñar y circular una encuesta turística a visitantes o excursionistas, que visitan el casco urbano de la ciudad de Nahuizalco, con la intención de determinar el perfil del turista cultural del municipio (*percepción, motivaciones y expectativas*).
- Abordar los “*Buses alegres con destino Ruta de Las Flores*”, organizados por el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), con la intención de explorar de primera mano, como un turista vive la experiencia de este viaje al visitar Nahuizalco.
- Confeccionar una encuesta turística y será circularlo a turistas nacionales e internacionales, que viajan por la *Ruta de Las Flores* pero que no visitan Nahuizalco. La intención es establecer el perfil del turista de este circuito (*percepción, motivaciones y expectativas*), un turista potencial para Nahuizalco.
- Elaborar un diagnóstico turístico, con una metodología rigurosa que advierta un análisis interno y externo del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.
- Sustener una discusión participativa con miembros del *Comité de Desarrollo Turístico*, sobre información reunida, razonada y analizada (*aportes útiles, importantes y novedosos, el enfoque de los consultores, y otros*).
- Informar durante las diferentes fases de consultoría con el método de “*numerosos pasos cortos*”, de las condiciones de la práctica turística del municipio con el fin de mejorar.
- Garantizar el cumplimiento de actividades de consultoría, incorporando *iniciativa, creatividad e innovación*; a efectos de superar los obstáculos que se presenten en el desenvolvimiento de este proyecto.



6) Responsabilidades de los consultores

La razón de la necesidad requerida de consultoría por parte de las autoridades turísticas de Nahuizalco, conlleva dos motivos concretos de intervención: *resolver problemas actuales y descubrir nuevas oportunidades turísticas para el municipio*. Por lo que esta consultoría no debe considerarse *un remediador de problemas turísticos*; se trata de fortalecer la práctica turística (*indudablemente se resolverán en la marcha actuales dificultades que aquejan*), descubriendo y aprovechando un pujante turismo interno que crece aceleradamente en el país.

Por lo que la principal responsabilidad de este proyecto de consultoría, es ser un agente de cambio, que además de resolver los problemas del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco (*fortaleciéndolo con políticas, directrices o procedimientos que mejoren el rendimiento*), comparta la experiencia de su intervención mediante: ideas valiosas, iniciativas y novedosas, análisis y síntesis de la información pertinente, facilite especialistas e información, establezca contactos y vínculos en la industria turística; dictamine un diagnóstico, elabore propuestas de mejoras adecuadas y oportunas; mejore sistemas y métodos vinculados al turismo cultural, capacitación, asesoramiento, motivación actores claves, entre otros.

7) Resultados de la Consultoría

Los entregables que sobre la secuencia y los tiempos en que se desarrolle esta consultoría, se deberán proporcionar a las autoridades turísticas de Nahuizalco.

- Proveer didácticamente de un manual teórico de estudio en Turismo Cultural.
- Capacitación y asesoramiento en turismo cultural a las autoridades, actores responsables de la práctica turística de Nahuizalco (se estiman 30 participantes).
- Informe de evaluación del impacto de la práctica turística cultural en el municipio.
- Análisis Interno del Sistema Turístico Cultural (STC) de Nahuizalco.
- Análisis del entorno (*Externo*) competitivo de la práctica turística Náhuat-Pipil.
- Elaboración de diagnóstico turístico, previo de una serie de reuniones para su discusión y examen de las conclusiones principales con herramientas novedosas y útiles para los actores claves del Sistema Turístico de Nahuizalco.
- Documento que integra los estudios derivados de la consultoría (*por la naturaleza de esta investigación se considera un documento de tamaño considerable con cierta complejidad técnica en turismo cultural*)
- Se presentará un informe final de consultoría a nivel de *resumen ejecutivo* que contenga en síntesis la conclusión del trabajo, considerando un *análisis de brecha* que perfile una diferencia entre la situación real que el *diagnóstico* deja al descubierto la práctica turística de Nahuizalco y una propuesta con medidas esenciales de solución con posibilidades de mejoras futuras.

8) Productos a entregar

Los tipos de informes que se solicitan de esta consultoría a entregar, son los siguientes:

a) Informes Iniciales

- Manual de estudio Teórico-Conceptual en Turismo Cultural *Náhuat-Pipil*.
- Informe de evaluación del impacto de la práctica turística cultural en el municipio.

b) Informes Intermedios

- Análisis Interno del Sistema Turístico Cultural (STC) de Nahuizalco.
- Análisis del entorno (Externo) competitivo de la práctica turística *Náhuat-Pipil*.
- Informe de Diagnóstico Turístico Cultural *Náhuat-Pipil*.

c) Informe Final de Consultoría

- Documento que integra los estudios derivados de la consultoría
- Informe final de consultoría a nivel de resumen ejecutivo



IV. PERFIL DE LOS CONSULTORES

Se indica en este apartado el perfil mínimo que debe tener el consultor (a) que se desea contratar para certificar las tareas, los entregables o productos solicitados. Para ello se debe documentar por lo menos la documentación que se indica a continuación:



1. Formación Académica y Profesional del Consultor

- Profesional universitario(a) con grado de licenciatura en áreas equivalentes de las Ciencias Económicas, Ingeniería Industrial o análogas.
- Preferentemente con Maestría en Consultoría Empresarial (MAECE), en Administración de Negocios o Finanzas; o en áreas económicas.
- Conocimientos básicos de la industria turística del país.



2. Habilidades y otros conocimientos

Deseablemente se requieren las siguientes habilidades y competencias profesionales.

- Capacidad para desarrollar métodos, sistemas y procedimiento de prácticas turísticas
- Capacidad para liderar y motivar a las partes implicadas en turismo y cultura
- Tomar conciencia de la importancia del turismo para los habitantes de un destino
- Capacidad para negociar con éxito y desarrollar estrategias turísticas culturales
- Coordinación de equipos multidisciplinarios.
- Trabajo en equipo.
- Buenas relaciones sociales y facilidad para comunicarse en diferentes ámbitos y niveles.
- Elaboración de informes técnicos.
- Con disponibilidad de movilizarse hacia los municipios de la Ruta de Las Flores.



Se ponderará si tienen estudios similares en:

- Gestión de Turismo Cultural y Patrimonio
- Turismo Cultural y Ecología
- Patrimonio Cultural Inmaterial
- Estrategias de Turismo Cultural
- Capacitación de Consultores en Turismo (preferencia en turismo cultural)

3. Experiencia previa en la prestación de estos servicios

Para esta consultoría se requiere que el consultor (a) tenga experiencia en la prestación de servicios en la industria del turismo de preferencia en la tipología de turismo cultural:

Experiencia general en el campo turístico

- Tres años de experiencia brindando consultorías en la elaboración de estudios técnicos en la industria turística, en el ámbito público o privado.
- Dos años de experiencia desempeñando cargos administrativos en turismo, para el sector público o privado

Experiencia específica⁶

- Haber elaborado a nivel municipal por lo menos dos consultorías en turismo cultural
- Preparación de estudios técnicos (Diagnóstico turístico y propuestas de mejora)
- Capacitador en turismo cultural en sector público o privado, en los últimos 5 años.

4. Documentación legal del proveedor del servicio

El consultor (a) proporcionará la información preliminar que evidencie que tiene la capacidad jurídica para ser prestadora de servicios de consultoría y de ser seleccionada deberá proporcionar copia de dicha documentación para elaborar el contrato respectivo

5. Referencias de trabajos similares realizados

El consultor (a) adjudicado, proporcionará las debidas referencias que sustenten comprueben trabajos de consultorías similares a los requeridos en este TDRs.

V. LUGAR Y PLAZO DE LA CONSULTORÍA

1) Lugar

La consultoría se desarrollará en el Casco Urbano Histórico de Nahuizalco, departamento de Sonsonate, El Salvador.

2) Plazo

La consultoría se realizará en UN (1) años contados a partir de la aprobación de anteproyecto académico, y contra entrega de documentos, debidamente coordinado y aprobado por las autoridades turísticas del municipio de Nahuizalco.

⁶ Tipo de evaluación concreta a la que se refieren el contenido del presente TDR; sin duda, es la más relevante

VI. CONDICIONES ESTABLECIDAS

Incluye lo siguiente:

1) Propuesta Económica:

El (Los) Consultor (es), debe presentar una cotización indicando el monto total del servicio de consultoría (Utilizar formulario de Anexo A).

2) Supervisión y Coordinación:

El (Los) Consultor (es), coordinarán para el desarrollo de las actividades de la consultoría, con los responsables de: *La Asociación de Desarrollo Turístico, Comité de Competitividad Municipal y Casa de la Cultura*, entre otros actores claves del Sistema Turístico de Nahuizalco. Miembros que tendrán a cargo el seguimiento del proyecto.

VII. DERECHOS INTELECTUALES

Incluye lo siguiente:

1) Confidencialidad

Con la intención de salvaguardar la información que se proporcionará, El (Los) Consultor (es), se compromete(n) a mantener estricta confidencialidad de todo de lo cual tenga acceso en virtud de la consultoría realizada.

2) Derechos de propiedad

La propiedad del producto de la consultoría, incluyendo documentación de apoyo, informes, entregables, presentaciones y demás elementos serán propiedad de: *La Asociación de Desarrollo Turístico, Comité de Competitividad Municipal y Casa de la Cultura*, todos del municipio de Nahuizalco.

VIII. RECURSOS Y FACILIDADES PROVISTOS A LOS CONSULTORES

El consultor contratado desarrollará sus actividades en función del cumplimiento de los Objetivos propuestos en estos TDRs, por lo que deberá considerar, lista de recursos y facilidades que las autoridades turísticas de Nahuizalco proveerán:

- La consultoría requiere de trabajo de campo recurrente en el Casco Urbano Histórico de Nahuizalco, por lo que anticipadamente debe coordinar con representantes o miembros de las autoridades turísticas para acompañamiento de la seguridad respectiva (Cuerpo de Agentes Metropolitanos (CAM) o Policía Nacional Civil (PNC). Cualquier desplazamiento personal por la ciudad urbana es responsabilidad de los consultores.
- Se requiere desplazamiento por la *Ruta de Las Flores*, en diversas modalidades de transporte y para cada uno de los municipios pertenecientes, en tal sentido es responsabilidad de los consultores, de la logística pertinente en todas sus dimensiones.
- En la consultoría a desarrollar no se dispone de transporte ni viáticos al consultor



- Será habilitado un espacio de oficina en el Museo Turístico Náhuat-Pipil, sede de reuniones del *Comité de Desarrollo Turístico*, y en ocasiones hasta alojamiento nocturno; cuando se requiera por investigación de campo al mercadito nocturno.
- Cuando se requiera de capacitaciones, discusión de avance, presentación de informes, y otros aspectos logísticos de la consultoría; se tendrá a disposición la sala de reuniones del Consejo Municipal de la Alcaldía de Nahuizalco.
- El Despacho del Alcalde Municipal del Dr. Jorge Patriz, es de "Puertas abiertas consultoría", en la que amablemente estará disponible; previa solicitud de agenda, en la que se aborde directamente con las autoridades turísticas del municipio, cualquier atención inmediata requerida en los avances del proyecto o de aspectos logísticos.
- Se pondrá en manos de los consultores el expediente de la marca municipio de Nahuizalco, en atención al cumplimiento de los objetivos de esta consultoría.
- La atención del personal que las autoridades turísticas ponga a disposición de los consultores, solamente estarán disponibles durante su horario laboral.



IX. COSTOS ESTIMADOS DE CONSULTORÍA Y EJECUCIÓN DE PROPUESTA

Incluye lo siguiente:

1) Propuesta económica

Esta sección advierte una estimación valorada en términos de precios y cantidades reales por la realización de esta consultoría; la elaboración de su presupuesto se enuncia sobre la base de los costos por servicios profesionales como: (*honorarios de consultores expertos en tema de turismo, auxiliares de investigación, encuestadores*)⁷.

Conforme a la propuesta económica del consultor adjudicado, la siguiente tabla muestra una matriz con un esquema de descomposición estructurada, que atiende el avance del servicio de consultoría que se está realizando, el cual se sustenta con los informes entregables y el avance que se dé con base en el cronograma de trabajo.

Forma de pago	% avance	Producto entregable
Anticipo	10%	Informe de evaluación del impacto de la práctica turística cultural en el municipio de Nahuizalco.
Pagos parciales	15%	Manual de estudio Teórico-Conceptual en Turismo Cultural Náhuat-Pipil.
	10%	Análisis Interno del Sistema Turístico Cultural (STC)
	20%	Análisis del entorno (Externo) competitivo de la práctica turística Náhuat-Pipil.
	25%	Informe de Diagnóstico Turístico Cultural Náhuat-Pipil.
Pago final	20%	Informe final de consultoría a nivel de resumen ejecutivo.

Ver ANEXO A: Formulario de Presentación de Propuesta Económica

⁷ Los costos de una consultoría normalmente tienen dos componentes: los referidos a honorarios o remuneración de los consultores y los denominados gastos reembolsables (*directos y necesarios*).

2) Forma de pago

Los pagos se efectuarán en dólares americanos (US\$), sobre la base de honorarios por servicios profesionales, gastos reembolsables y otros costos que constituirán la remuneración del consultor, contra entrega de los informes según avance de consultoría contempladas en su plan de trabajo.

3) Impuestos y retenciones

En relación con la consideración de impuestos y tasas locales, no se incluyen en la oferta económica, por lo tanto constituyen un costo para los consultores, quienes deben considerarlos. En ocasiones se actúa como agente de retención de impuestos.

X. ESTRUCTURA DE OFERTAS DE CONSULTORÍA

Las ofertas deberán ser estructuradas según anexos A y B, debiendo ser enviadas a la Asociación de Desarrollo Turístico de Nahuizalco, ubicado en el casco urbano histórico, o enviadas a cdt.nahuizalco@gmail.com⁸

XI. DOCUMENTOS LEGALES A PRESENTAR POR LA OFERTA GANADORA

El representante de la oferta ganadora de la consultoría, deberá presentar la siguiente documentación a nivel de fotocopia debidamente certificada por notario:

- Documento Único de Identidad (DUI)
- Pasaporte o Carné de Residente
- Tarjeta del Número de Identificación Tributaria (NIT)
- Tarjeta de Registro de contribuyente del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, IVA. (NRC)

XII. PLAZO DE RECEPCIÓN

Los consultores interesados deberán presentar y entregar la propuesta (*Técnica Económica*), en las oficinas de Comité de Desarrollo Turístico, 3ª calle poniente, Boulevard Monseñor Romero, contiguo a Casa de la Cultura, Centro Urbano Histórico de Nahuizalco, Sonsonate. La espera de recepción de las ofertas será a más tardar a las quince horas del día 18 de septiembre de 2015.

⁸ Par los efectos de transparencia del proceso, y en caso de que los consultores convocados no estén en la disposición de participar, se agradecerá que den a conocer su decisión por estos mismos medios.

XIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA LA CONSULTORÍA⁹

Cada criterio de evaluación será evaluado entre 0 y el máximo que se exprese respectivamente en la siguiente tabla:

Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate, El Salvador.		
Criterios de evaluación de la Consultoría		
Deberá ser un profesional en Ingeniería o de las Ciencias Económicas, con 5 años mínimo de graduado de profesión, de preferencia con maestría en Consultoría Empresarial (MAECE) y estudios adicionales relacionados al conocimiento y análisis estructural de Sistemas Turísticos, con especialidad en la tipología de Trismo Cultural con experiencia amplia como consultor para programas financiados por Organismos Internacionales.		
No.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE CONSULTORÍA INDIVIDUAL	Puntaje
1. NIVEL ACADÉMICO DEL CONSULTOR	1.1 FORMACIÓN ACADÉMICA	20
	Profesional universitario(a) con grado de licenciatura en áreas equivalentes de las Ciencias Económicas, Ingeniería Industrial o análogas.	5
	Maestría en Consultoría Empresarial (MAECE) o de Negocios o Finanzas	10
	Capacitación de Consultores en Turismo avalado por OMT	5
	1.2 HABILIDADES Y OTROS REQUISITOS	10
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para desarrollar métodos y sistemas en prácticas turísticas • Capacidad para liderar y motivar a las partes implicadas en turismo y cultura • Conciencia de la importancia del turismo para los habitantes de un destino Otros Requisitos <ul style="list-style-type: none"> • Nacionalidad Salvadoreño/a ó Extranjero/a con residencia definitiva • No tener vínculo de parentesco hasta el tercer grado por consanguinidad y/o segundo de afinidad con personal o algún actor clave o contraparte del proyecto 	10
2. EXPERIENCIA	2.1 EXPERIENCIA GENERAL	10
	Presentar al menos tres (3) años de experiencia brindando consultorías en la elaboración de estudios técnicos en la industria turística (público o privado).	5
	Contar con dos (2) años de experiencia desempeñando cargos administrativos en turismo, para el sector público o privado.	5
	2.2 EXPERIENCIA ESPECÍFICA	20
	Experiencia de al menos dos (2) consultorías en Sistemas Turísticos Culturales conteniendo: análisis del perfil de la demanda turística cultural y análisis de los determinantes de la oferta turística (<i>Destino, Recursos, Productos, Actores, Mercado, Uso de Infraestructura, Gobernanza, otros</i>)	10
	EXPERIENCIA EN CONSULTORÍAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE SISTEMAS TURÍSTICOS CULTURALES FINANCIADOS POR ORGANISMOS INTERNACIONALES (AL MENOS 2 CONSULTORÍAS)	10
3. PROPUESTA ECONÓMICA (ANEXO A)		
Estimación valorada conforme descomposición estructurada, que atienda el avance del servicio de consultoría de acuerdo con los Términos de Referencia (TDRs). Presentar conforme al Anexo A.		10
4. PROPUESTA TÉCNICA (ANEXO B)		
Para este apartado se presentará <i>Curriculum Vitae</i> de la consultora y la propuesta técnica, los criterios de evaluación son los siguientes: <i>Enfoque de servicios, metodología propuesta y Plan de Trabajo</i> .		30
TOTAL DE PUNTAJE		140
La calificación mínima será de un total de 70 puntos, constituida por la suma de los puntajes de los aspectos evaluados. En caso de empate entre consultores, prevalecerá que cuente con maestría en Consultoría Empresarial (MAECE) y el de mayor experiencia en la naturaleza y desarrollo de la consultoría, considerando además estudios complementarios, diplomados en turismo cultural, entre otros.		

⁹ Esta evaluación al consultor interesado la posibilidad de realizar un “ejercicio de autoevaluación” y juzgar, sobre la base de los resultados de éste, si vale la pena presentarse y participar, o auto-descartarse o bien fortalecer aquellas áreas en las que tienen menor calificación.



XIV. ANEXOS

ANEXO A: Formulario de Presentación de Propuesta Técnica

PROPUESTA TÉCNICA

San Salvador, ____ de ____ 2017

A: Asociación de Desarrollo Turístico (ADT) de Nahuizalco
Casco Urbano Histórico de Nahuizalco, Sonsonate, San Salvador, El Salvador

Referencia de invitación: _____



La abajo firmante ofrece proveer los servicios de consultoría para el trabajo mencionado de conformidad con su Solicitud de Propuestas de fecha _____ y con la Propuesta que se presenta a continuación.

Se presenta una Propuesta para proporcionar **Servicios Profesionales de Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil** del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.



Por medio de la presente declaro que toda la información y las declaraciones contenidas en esta Propuesta son verdaderas y acepto que cualquier mala interpretación contenida en la misma podría generar nuestra descalificación.

Esta Propuesta es de carácter obligatorio para la Consultora y está sujeta a las modificaciones que resulten de las negociaciones del contrato, y si la Propuesta es aceptada, me comprometo a iniciar los servicios de consultoría relacionados con el trabajo en la fecha indicada en las condiciones contractuales.



Entendemos que Asociación de Desarrollo Turístico (ADT) de Nahuizalco, no está obligado a aceptar ninguna de las Propuestas que reciban.

Cordialmente,



Firma

Nombre de la Consultora: _____

Dirección de la Consultora: _____



A continuación, se expresan algunas inclusiones requeridas por esta propuesta técnica:

a) Información de la Consultora, experiencia y referencias

- Proporcionar aquí una breve descripción en un máximo de dos páginas de la capacidad y experiencia que ofrece la Consultora. Debe anexar su *Curriculum Vitae*.
- Utilizando la tabla siguiente, proporcionar información sobre las consultorías o proyectos en los cuales ha participado en los últimos tres años y que fueron legalmente contratados, ya sea individualmente, o como parte de una institución o como líder, para realizar servicios de consultoría similares a los requeridos para esta asignación.

Consultorías o proyectos en lo que se han participado (últimos tres años)	
Nombre de la Consultoría o proyecto:	Valor presupuestado (en US\$):
País:	Duración de la Consultoría (meses):
Nombre del Cliente:	
Dirección del Cliente:	
Fecha de Inicio (mes/año):	
Fecha de Finalización (mes/año)	
Nombre de los Consultores asociados	
Descripción narrativa resumida de la Consultoría y de los servicios proporcionados:	

La Consultora debe proveer por lo menos dos (2) referencias de consultorías o proyectos exitosos de similar envergadura y magnitud a la presente, que hayan sido ejecutados en estos últimos cinco años¹⁰.

b) Descripción de enfoque, metodología y plan de trabajo de la consultoría

- **Objetivos de la Consultoría:** La propuesta técnica debe explicar cómo entiende los objetivos de la consultoría, su enfoque de servicios, la metodología, la obtención del resultado esperado. Debiendo destacar los problemas a los que se debe hacer frente y el enfoque técnico que adoptaría para resolverlos.
- **Plan de Trabajo:** La propuesta técnica debe incluir una propuesta de *Plan de Trabajo* que defina las actividades principales de consultoría, su contenido, duración, y fechas de entrega. Este plan deberá ser consistente con el enfoque técnico y la metodología, demostrando comprensión y habilidad para convertirlos en un plan de trabajo factible.

¹⁰ Favor incluir la información siguiente para cada referencia: *Nombre, Teléfono, e-mail y dirección de oficina de la persona contacto que pueda dar información relacionada*. Es responsabilidad de la firma consultora asegurar que sus referencias responderán dentro de un máximo de cinco días hábiles cuando sean contratados.



ANEXO B: Formulario de Presentación de Propuesta Económica

PROPUESTA ECONÓMICA

Fecha: _____ Invitación: _____

A: Asociación de Desarrollo Turístico (ADT) de Nahuizalco

Yo, el/la suscrito/a consultor(a), declaro que:

1. He examinado y no tengo reservas a los documentos de la invitación a ofertar sobre los **Servicios Profesionales de Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.**
2. De acuerdo con los Términos de Referencia (TDRs), el suscrito tiene a bien presentar a su consideración la propuesta económica de consultoría referida.

NOMBRE DE LA CONSULTORÍA	Propuesta Total (US \$ No Incluye Impuestos)

3. Declaro que me comprometo a cumplir con la entrega de los productos que se describen en los términos de referencia para el desarrollo de la Consultoría.
4. Mi oferta se mantendrá vigente por un período de 60 días contados a partir de la fecha de recepción de la propuesta, en conformidad con los términos de la invitación. Esta propuesta me obliga y podrá ser aceptada en cualquier momento hasta antes del término de dicho período.
5. Declaro que soy responsable por la veracidad de los documentos y datos que presento para los efectos del proceso de Consultoría.
6. De ser empleado/a o funcionario/a público, me obligo a presentar si mi propuesta es la ganadora, una nota de mi empleador, manifestando su autorización para la realización de la consultoría.
7. Entiendo que la *Contratante* no está obligada a aceptar la propuesta evaluada como la más baja, ni ninguna otra de las propuestas que reciba.

Nombre: _____

Firma: _____

DUI: _____



APÉNDICE 2. Diagnóstico Externo del entorno turístico (Metodología PESTT)

El *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco* es afectado por factores externos que están conformando el *turismo del mañana*, con pocas posibilidades de influir en ellos y cada vez con mayores interrogantes: *¿Qué factores Políticos-Turísticos pueden afectar? ¿Cuáles son los componentes Económicos influyentes en la industria turística? ¿Qué factores Socio-Culturales son relevantes para el turismo? ¿Los cambios Tecnológicos pueden influir en la práctica turística? ¿Cuál es la tendencia futura del turismo?* Para dar respuestas, este apéndice de consultoría advierte que *todo proceso estratégico se inicia, necesariamente con una labor de análisis, que debe ser lo más detallada y precisa posible*. Esta tarea diagnóstica del entorno, sobre todo en la industria del turismo cultural, resulta ser altamente apremiante por sus dimensiones variadas y complejas.

1. Análisis Externo Turístico (Metodología PESTT)

El propósito fundamental de este apéndice, es elaborar y presentar a las autoridades turísticas de Nahuizalco, una herramienta estratégica que les permita focalizar, concentrar y valorar factores externos críticos que afectan el *Sistema Turístico*, de un vasto número de posibles variables y cambios que se digieren en el entorno. Para tal efecto, esta consultoría utiliza una adaptación al modelo *PEST*¹, denominado *PESTT*², un acrónimo para el análisis sistemático de los factores del entorno: *Políticos Turísticos, Económicos, Socio-Culturales, Tecnológicos, y Tendencias futuras del turismo* (ver tabla 1). Para diseñar sus estrategias de adaptación, es importante que los gestores y actores turísticos de este municipio, conozcan a profundidad estas dimensiones, sus permanentes cambios y tendencias futuras de la práctica del turismo cultural.

Este estudio ha sido analizado conjuntamente con el *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco*, cuyos aportes y valoraciones lo engrandece con la construcción de diversas matrices por cada una de las dimensiones y variables *PESTT*. Los resultados de este exhaustivo trabajo son un importante insumo de análisis que será parte de la *matriz FODA* de esta consultoría, concluyendo de forma metódica con la identificación y valoración de los factores críticos positivos (*oportunidades*) y negativos (*amenazas*); los que producen un importante insumo para el análisis FODA, parte importante del diagnóstico turístico de Nahuizalco.

¹ En la parte del análisis del entorno del modelo *SWOT* (1965...*término FODA traducido al inglés*) ya se mencionaban los factores *Económicos, Técnicos, Físicos, políticos y Sociales*. Dos años después, Francis J. Aguilar, también profesor en la *Harvard Business School*, publicó el libro, *Scanning The Business Environment*, donde examina acerca del entorno externo. Posteriormente se popularizó el acrónimo *PEST*. Luego esta herramienta fue utilizada en un marco estratégico, los teóricos Liam Fahey y V. K. Narayanan, fueron los precursores este método de análisis al publicar en 1968 un ensayo denominado “*Análisis macro-ambiental en gestión estratégica*”, que con el paso de los años se convertiría en la herramienta *PEST*; una abreviatura de factores *Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos*, que pone el foco en todos aquellos elementos que conforman el entorno. Generalmente es más útil cuando se usa con otras herramientas como el análisis FODA (*Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas*). Una herramienta abierta y en evolución.

² La importancia creciente del análisis del *macro-entorno*, ha hecho desarrollarse una versión actualizado del modelo *PEST*, por ello han surgido otras variantes: *PESTLE* (*Que incluye los factores ambientales y legales*); *PESTELI* (*Que agrega el factor Internacional*), *PESTLIED* (*Que agrega el factor Demográfico*) u otras que invierten las letras como *STEP, STEEP, STEEPLED*, otros. Para muchos autores estas adiciones son innecesarias, ya que se consideran que son aspectos que perfectamente encajan dentro de los cuatro factores originales. Una herramienta abierta y en evolución.

Tabla 1. Factores externos PESTT del Sistema Turístico de Nahuizalco

Factor externo	Descripción de contenido
<i>Político Turístico</i>	<p><i>¿Qué factores políticos-Turísticos pueden afectar?</i></p> <p>Se estudian desde el panorama internacional y la perspectiva nacional, los factores relacionados con la regulación institucional aplicado a la industria del turismo internacional y nacional (Políticas impositivas e incentivos, políticas turísticas, cambio o evoluciones político de orden turístico).</p>
<i>Económico</i>	<p><i>¿Cuáles son los factores económicos influyentes en la industria turística?</i></p> <p>Las decisiones de la industria turística están relacionados por implicaciones económicas que afectan el poder de compra de los turistas. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) existen tres tipos de efectos económicos que afectan al sector turístico: <i>Efectos globales, Efectos parciales sobre la economía y Efectos externos:</i> El turismo es uno de los principales motores de la economía y de importante influencia en sus variables, por ello las autoridades turísticas deben estar atento a lo que sucede en su entorno a nivel internacional, regional y la importancia que ejerce la industria del turismo en la economía de El Salvador.</p>
<i>Social-Cultural</i>	<p><i>¿Qué factores sociales-culturales son relevantes para el turismo?</i></p> <p>Los factores <i>socio-culturales</i> hacen referencia a cualquier proceso o fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales de la sociedad salvadoreña, y por la naturaleza de esta investigación en; los vinculados directamente con la práctica turística. En este estudio se comenta en forma extractada, el contexto <i>cultural Náhuatl-Pipil</i> de la sociedad salvadoreña, y la participación de los distintos sectores sociales en el quehacer cultural y su vínculo con el turismo.</p>
<i>Tecnológico</i>	<p><i>¿Los cambios tecnológicos pueden influir en la práctica turística?</i></p> <p>El <i>turismo</i> y la <i>tecnología</i> recorren el mismo camino, el continuo y veloz desarrollo tecnológico complementa la práctica turística; con el uso de modernas herramientas y la oferta de nuevas experiencias. En un mundo intensamente comunicado e interrelacionado, la manera en que los actores utilicen estas herramientas tecnológicas en la actividad turística, marcarán la diferencia en cuanto a la forma de darse a conocer y la calidad de los servicios turísticos.</p>
<i>Tendencias futuras del turismo</i>	<p><i>¿Cuál es la tendencia futura del turismo?</i></p> <p>A pesar de la preocupación por el <i>cambio climático, pérdida creciente de la identidad cultural y demás vulnerabilidades</i>; el futuro del turismo, por lo menos para la próxima década, sigue siendo prometedor. Las proyecciones reflejan un dominio por la industria de los viajes, por lo que los ingresos y crecimiento en el empleo para la mayoría de los destinos, presentan un cuadro optimista. Este apartado expone algunas de las dimensiones más específicas de los cambios futuros, tendencia, retos y oportunidades de la industria turística.</p>
<p>Es esencial determinar con claridad, que aspectos del entorno deben evaluarse y con qué propósito; de tal manera que facilite seleccionar y examinar las variables dentro de cada uno de los factores externos.</p>	

Fuente: Elaboración propia

APÉNDICE 2. Diagnóstico Externo del entorno turístico (Metodología PESTT)

La tabla 2 revela esta compleja tarea diagnóstica del entorno, detallando dimensiones y variables utilizadas con la metodología *PESTT*.

Tabla 2. Dimensiones y variables utilizadas para el análisis del entorno PESTT

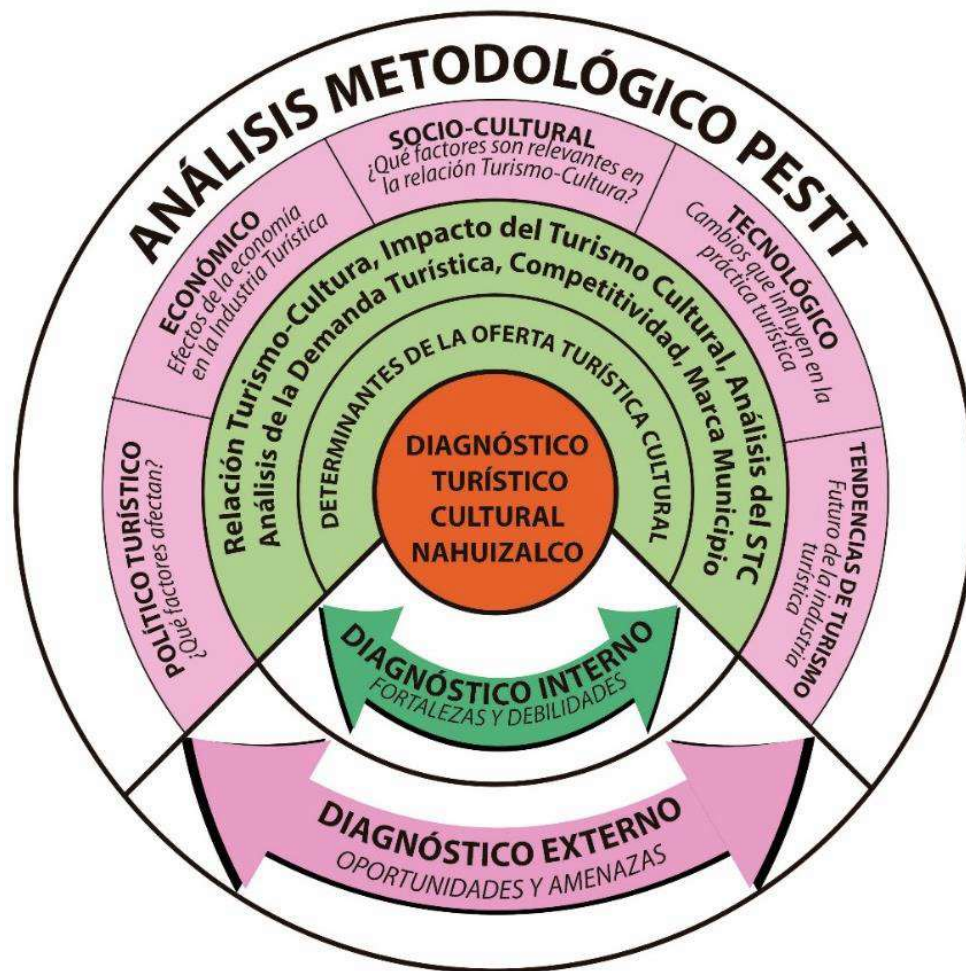
POLÍTICO TURÍSTICO	ECONÓMICO	SOCIO-CULTURAL NÁHUAT-PIPII	TECNOLÓGICO
<u>PANORAMA TURÍSTICO INTERNACIONAL</u> <ul style="list-style-type: none"> • La demanda turística internacional • Panorama del turismo “en las Américas” • Competitividad turística de El Salvador • Perspectivas de la Organización Mundial de Turismo ante la relación <i>turismo y cultura</i> • Día Internacional del turismo 	<u>CONDICIONES INTERNACIONALES</u> <ul style="list-style-type: none"> • Economía mundial debilitada • Lento crecimiento por demasiado tiempo • Deterioro contexto económico internacional • Perspectivas de la Economía Regional • Panorama económico y perspectivas comerciales de Centroamérica 	<u>CONDICIONES SOCIALES</u> <ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad Social y turística • Bono Demográfico Salvadoreño • El Turismo frente al desempleo • El Turismo, una alternativa de emplear Ninis en El Salvador • Propuestas incremento Salario Mínimo • Capacidad de compra y consumo • La generación de los <i>Millennials</i>, un concepto diferente de hacer turismo • Cambio climático y la práctica turística • Zika, amenaza para la industria turística • El turismo, un atenuante de la pobreza y mejora de la calidad de vida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución nuevas tecnologías en Turismo • Turismo Cultural 2.0 • Mercados de Turismo Cultural 2.0 • Turismo virtual ¿<i>Nuevos actores?</i> • Incorporación masiva de innovaciones tecnológicas al mundo del turismo
<u>PANORAMA TURÍSTICO NACIONAL</u> <ul style="list-style-type: none"> • Política Nacional de Turismo Cultural • El turismo dentro del Plan Quinquenal de Desarrollo El Salvador (2014-2019). • Plan Nacional de Turismo 2020 • Ley de Turismo (2005) • Ley de Cultura (2016) • Día de la Zona de la <i>Ruta de Las Flores</i> • Autoridades y/o entidades rectoras en turismo • Programas y proyectos turísticos estratégicos • Acontecer turístico (<i>interno y regional</i>) 	<u>PANORAMA ECONÓMICO NACIONAL</u> <ul style="list-style-type: none"> • Situación de Economía Salvadoreña • Estudio del Sector Real de la Economía • Sector Externo de la Economía • Sector Financiero de la Economía • Sector Fiscal de la Economía • Calificación soberana 	<u>CONTEXTO CULTURAL NÁHUAT-PIPII</u> <ul style="list-style-type: none"> • La institucionalidad de la cultura • Identidad Cultural <i>Náhuat-Pipil</i> • Dignidad de los pueblos indígenas • Pueblo Pipil y Náhuat devuelta a la vida • Ley de Cultura, identidad de pertenencia • Cultura <i>Náhuat-Pipil</i>, marca municipio • Despertar colectivo de la cultura salvadoreña con agendas e iniciativas • La Cultura <i>Náhuat-Pipil</i> en el Sistema Educativo Salvadoreño. 	TENDENCIA TURÍSTICA <ul style="list-style-type: none"> • El turismo en el tercer milenio • La naturaleza del crecimiento del turismo • Nuevas realidades del turismo • Fuerzas que impactan el futuro turístico • Los turistas del futuro • La Naturaleza cambiante de productos turísticos y sus tendencias • Hábitos de consumo y formas de viajar de los turistas (<i>Generaciones</i>).

Fuente: elaboración propia

2. Análisis Externo Turístico (Análisis de factores PESTT)

El turismo es un fenómeno complejo y multidisciplinar que comprende aristas *económicas, políticas, sociales, culturales, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, entre otros* (Ver figura1).

Figura 1. Diagnóstico Turístico Cultural Externo Náhuat-Pipil de Nahuizalco



Fuente: Elaboración propia

El análisis del entorno para el *Diagnóstico Turístico Cultural de Nahuizalco*, ha sido un estudio necesario, amplio y complejo por su propia naturaleza investigativa, a pesar de ser delimitado y de extractado contenido en los factores externos más relevantes; los que se han seleccionado y relacionados con un criterio de relevancia¹. A continuación se exponen estos factores externos del *macro-entorno* del Sistema Turístico de Nahuizalco.

¹ La fuente de información secundaria utilizada han sido *informes y estudios de entidades públicas y privadas prestigiosas, notas periodistas, revistas turísticas entre otros.*

APÉNDICE 2. Diagnóstico Externo del entorno turístico (Metodología PESTT)

FACTORES POLÍTICOS-TURÍSTICOS (regulatorios e institucionales)

La tabla 3 resume de forma sintética, el panorama internacional y nacional de los factores relacionados con la regulación política turística.

Tabla 3. Síntesis (cuadro resumen) de dimensiones PESTT: Político turístico

<i>Panorama</i>	<i>Dimensión de estudio</i>	<i>Análisis Descriptivo</i>
A. PANORAMA TURÍSTICO INTERNACIONAL	1. Panorama demanda turística internacional	La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo especializado de la promoción de un turismo responsable y sostenible. Esta actividad ha vivido una revolución con un significativo protagonismo en los mercados en las últimas seis décadas, hoy día <i>cerca de 1,200 millones de personas viajan por el mundo, 9% del PIB, 6% del comercio internacional, 30% de exportaciones de servicio, genera uno de cada 10 puestos de trabajo y es un sector fundamental de generación de ingresos que superan \$ 1,425,000 millones de dólares.</i>
	2. Panorama del turismo “en las Américas”	El turismo muestra dinamismo interno y llegada de turistas internacionales y tiene un gran potencial por: la variedad de su cultura, historia, bellezas naturales y arquitectónicas. Centroamérica es un puente <i>turístico</i> . <ul style="list-style-type: none"> • Las Américas registran 163 millones de turistas • 20% de los ingresos por turismo internacional. • Ingresos \$213,000 millones, 20% mercado mundial. • El Salvador: absorbe ingresos 0.3% (\$544 millones)
	3. Reporte de competitividad turística de El Salvador a nivel global	La posición competitiva turística de El Salvador dentro de las dimensiones turísticas globales, de 141 países: España con una valuación de 5.31 lidera la clasificación TOP 10 por primera vez. Estados Unidos encabeza la región de las Américas (4 global) y en América Central Costa Rica (42 global). El Salvador ocupa el puesto 91 con un valuación de 3.41. Se utilizó el reporte <i>World Economic Forum 2015 (WEF)</i> .
	4. Perspectivas de la OMT ante la relación turismo y cultura	La OMT advierte que la combinación <i>turismo y cultura</i> es un motor potente atenuante de pobreza y bienestar de los pueblos; y orienta atención suprema en el análisis y su incidencia en el binomio <i>turismo y cultura</i> . <p><u>Principales acciones OMT sobre turismo y cultura:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Primera Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura (OMT y UNESCO en febrero de 2015) • Encuesta sobre turismo cultural, OMT (enero 2016) • La OMT analiza los vínculos turismo y cultura (mayo 2016)
	5. Día Internacional del turismo	El gran potencial del turismo ha propiciado que tenga su propio día de celebración a nivel internacional: “ <i>El Día Mundial del Turismo</i> ” (DMT); se celebra el 27 de septiembre de cada año .
B. PANORAMA TURÍSTICO NACIONAL	1. Política Nacional de Turismo Cultural	El Salvador no dispone de una política específica de turismo cultural, sin embargo en su práctica se explica de forma transversal respecto de otros tipos de turismo; un política turística generalizada.
	2. El turismo dentro del Plan Quinquenal de Desarrollo El Salvador (2014-2019).	La dimensión de turismo en El Salvador se construye sobre una política de estado fundamentado en el <i>Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019</i> denominado “ <i>El Salvador: productivo, educado y seguro</i> ”.
	3. Plan Nacional de Turismo 2020	El Salvador cuenta con un <i>Plan Nacional de Turismo</i> . Un documento estratégico de turismo que invoca el aprovechamiento de las ventajas competitivas que el país ofrece. La promoción del <i>turismo Cultural</i> aparece como un objetivo de desarrollo turístico identificado: <i>Promoción de productos turísticos temáticos</i> .
	4. Ley de Turismo (2005)	Para la práctica turística, El Salvador cuenta con una <i>Ley de Turismo (2005)</i> . Un instrumento jurídico que tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país.
	5. Ley de Cultura (2016)	Esta ley promueve el rescate, investigación y preservación de la <i>cultura</i> , en sus diferentes expresiones artísticas. Esta normativa establece la <i>Política Nacional de Cultura</i> , la creación de la <i>Política Municipal de Cultura</i> y la elaboración de un <i>Plan Operativo Anual de la Cultura (POAC)</i> . Ley de Cultura. Decreto Legislativo N° 442, Diario Oficial. N° 159, Tomo 412, El Salvador, 30 agosto 2016.
	6. Día de la Zona de la Ruta de Las Flores	La <i>Ruta de las Flores</i> , se ha constituido en uno de los paseos turísticos más disfrutados por las familias salvadoreñas y extranjeras, La Asamblea Legislativa decreta: el primer domingo del mes de octubre de cada año “ <i>Día de la Zona de la Ruta de las Flores de El Salvador</i> ” (2014).
	7. Autoridades y/o entidades rectoras turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Turismo (MITUR) • Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) • Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) • Policía Nacional de Turismo (POLITUR)
	8. Programas-proyectos turísticos estratégicos	Las autoridades turísticas, gestionan programas y proyectos estratégicos de turismo nacional, se mencionan: <i>Un pueblo un producto, Pueblos vivos, Pueblos encantadores, Vive tu país, Marca destino, Cielos abiertos y otros.</i>
	9. Acontecer dinámico del desarrollo turístico interno y regional	Acontecer de los principales proyectos y dinámicas del turismo interno: <i>Ruta de Las Flores seduce a Sonsonate y Atiquizaya, MITUR anuncia cinco proyectos para el desarrollo turístico de la zona costera, El Valle del Jiboa le apostará al desarrollo del turismo, Agua Caliente (Chalatenango) organiza mercado nocturno, AVIANCA ofrece nuevos paquetes vacacionales, Honduras a la caza de turistas salvadoreños, otros.</i>

Fuente: elaboración propia.

FACTORES ECONÓMICOS

Los factores *políticos-turísticos* visualizados anteriormente, no operan en el vacío; y las decisiones de la industria turística están relacionados por implicaciones económicas de orden nacional, internacional o global, que afectan el poder de compra de los turistas potenciales y el costo del capital para las empresas inversoras. El comportamiento y la confianza de los visitantes en el consumo, su poder adquisitivo y otras variables serán afines con las etapas de: *auge, recesión, estancamiento o recuperación* por la que atraviese una economía.

La actividad turística ha incrementado su importancia dentro de los mercados municipales, nacionales y regionales, hasta convertirse en una actividad económica principal en algunos casos y complementaria en otros. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) existen tres tipos de efectos económicos que afectan al sector turístico y también al turismo global:

- 1) ***Efectos globales:*** Afectan las estrategias de desarrollo turístico, diferenciándose la economía doméstica sobre la dependencia exterior y los efectos globales.
- 2) ***Efectos parciales sobre la economía:*** Se trata sobre *los efectos que el turismo tiene sobre los agentes económicos, los sectores productivos, las variables financieras, macroeconómicas, otros.* Se pueden distinguir los siguientes efectos multiplicadores sobre: *producción, empleo, balanza de pagos, tasa de cambio, oferta monetaria, ingresos y gastos públicos, inflación, distribución de renta, desarrollo regional y movimiento demográfico, conservación de patrimonios (Natural y cultural), otros.*
- 3) ***Efectos externos:*** Son consecuencia de *la influencia que ejerce la actividad turística en determinados aspectos socioculturales, ambientales, profesionales y de consumo.*

El turismo es uno de los principales motores de la economía y de importante influencia en sus variables, por ello las autoridades turísticas deben estar atento a lo que sucede en su entorno macroeconómico y microeconómico. Por tanto, este apartado estudia aquellas variables económicas que más afectan las decisiones de la industria turística, medidas mayormente a través de la política económica (*monetaria, fiscal, y comercio exterior, entre otros*). A continuación, se describen en primer plano las condiciones económicas internacionales y regionales y el panorama económico nacional (*Ver tabla 4*), además la influencia que ejerce la industria del turismo en la economía de El Salvador (*Ver tabla 5*):

FACTORES ECONÓMICOS (Condiciones internacionales y nacional)

La tabla 4 resume de forma sintética, las condiciones económicas internacionales y regionales y el panorama económico nacional

Tabla 4. Síntesis (cuadro resumen) de dimensiones PESTT: Factores Económicos Generales

Panoramas económicos	Dimensiones de estudio	Análisis descriptivo	
A. CONDICIONES INTERNACIONALES DE LA ECONOMÍA Este apartado comenta de forma breve las condiciones, el contexto y perspectivas de la economía a escala mundial -regional y su relación con el turismo.	1. Economía mundial debilitada: <i>lento crecimiento por demasiado tiempo</i>	A siete años de la última crisis económica mundial (2008), el mundo sigue con estragos en diversas esferas del entorno económico. Las perspectivas mundiales se ven ensombrecidas por un crecimiento persistentemente débil y demasiado frágil, limitado aumento del empleo, niveles de deuda elevados; existiendo un alto riesgo de que su persistencia tenga efectos perjudiciales para el tejido social y político de diversos países.	
	2. Se deteriora el contexto económico internacional	El escenario económico mundial será menos favorable en los próximos años, con tasas de crecimiento del PIB global inferiores a los promedios de las décadas anteriores. Este bajo crecimiento se debe a la pérdida de dinamismo de sus principales motores (la inversión, la productividad y, más recientemente, el comercio), fenómeno que se observa principalmente en los países desarrollados. Si bien las economías emergentes, han sostenido tasas elevadas de crecimiento, no han sido capaces de tomar el relevo y trasladarse en el pivote del crecimiento mundial.	Principales razones de esta perspectiva: a) <i>La economía mundial ha perdido dinamismo:</i> desde hace más de dos décadas, la tasa de crecimiento de la economía mundial muestra una tendencia a la baja. b) <i>Poca inversión:</i> la descomposición del PIB de países desarrollados muestra que su tasa de crecimiento mundial pasó del 4.0% al 3.0% en las últimas cuatro décadas. c) <i>Si no se reduce la desigualdad, no crece la demanda:</i> la <i>demanda agregada</i> es clave en la decisión de invertir. En la mayor parte de los países desarrollados, en las últimas tres décadas ha disminuido la participación de la masa salarial en el PIB. d) <i>Se desacelera el comercio internacional:</i> el comercio mantuvo hasta el inicio de la crisis 2008, un elevado dinamismo; desde entonces, también ha mostrado señales de desaceleración.
	3. Panorama y perspectivas de la Economía Regional	Las condiciones de la economía global parecen mantener una serie de riesgos a la baja que podrían deteriorar la recuperación de la economía mundial, con especial énfasis y preocupación en los mercados emergentes como América Latina y el Caribe.	Las siguientes características condicionan esta realidad económica: a) <i>América Latina y el Caribe se rezaga:</i> Según estimaciones la tasa de crecimiento de largo plazo del PIB se sitúa en un 3.8%, por debajo de la región. b) <i>Determinantes de la desaceleración:</i> menor dinamismo de la demanda externa, disminución de flujos de Inversión Extranjera Directa (IED), desequilibrios en cuenta corriente y desaceleración del crecimiento. c) <i>Persiste la vulnerabilidad externa:</i> Las economías de América Latina y el Caribe están expuestas a vulnerabilidades externas reales y financieras.
	4. Panorama económico y perspectivas comerciales de Centroamérica	La economía sigue teniendo dificultades para alcanzar niveles de crecimiento y optimismo, el comercio internacional ha sufrido también el mismo estancamiento, por lo que actualmente se debate si se debe a causas estructurales o estrictamente cíclicas. Sin embargo, el diagnóstico de la región centroamericana señala perspectivas de crecimiento económico superiores a las del resto de la región.	
B. PANORAMA ECONÓMICO NACIONAL Esta sección aborda brevemente el panorama económico actual de país, su contexto, y perspectivas generales de la economía a escala nacional.	1. Situación de la Economía Salvadoreña	Para expresar la situación económica de El Salvador, hay cuatro datos que permiten comparación y qué exigen s mejor desempeño:	1) Entre 2008 y 2015 El Salvador tuvo un crecimiento acumulado del 8-10% del PIB, contra 20-30% de la región. 2) En 2015, El Salvador siguió en último lugar en atracción de inversión extranjera directa en la región centroamericana. 3) La economía no despega, el empleo formal alcanza el 24% de la Población Económicamente Activa (PEA). 4) En Centroamérica, El Salvador creció la IED en 2015 en términos porcentuales, pero último en términos absolutos.
	2. Estudio del Sector Real de la Economía Salvadoreña	El sector real de la economía salvadoreña, que corresponde a la producción de bienes y servicios.	<ul style="list-style-type: none">• Producto Interno Bruto: año 2015 2.3%, según BCR, el mayor en siete años• Indicador de Volumen de la Actividad Económica (IVAE): crecimiento anual 1.1% al 2015, superando la tasa negativa en 2014.• Tasa de Inflación: variación mensual 1% ÍPC• Empleo formal (privado y público): cotizantes al ISSS, a diciembre 2015 alcanzó 806,024 plazas, con una variación anual de 1.4%.
	3. Sector Externo de la Economía	Conjunto de actividades (<i>productivo, comercial, financiero</i>) y estrategias que realizan los estados en el ámbito internacional. <ul style="list-style-type: none">• Remesas Familiares: a 2015 US\$4,279.6 millones, mostrando un incremento anual de 3.0%, dicho monto representa alrededor del 17.0% del PIB.• Déficit de Balanza Comercial de El Salvador: para el año 2015 registró un déficit de US\$4,930.5 millones.• Inversión Extranjera Directa (IED): el saldo en el sexenio (2010-2015) es positivo, con \$1,398.15 millones, en 2005 creció 38%.	
	4. Sector Financiero de la Economía	Elemento fundamental para el desarrollo de la economía ya que canaliza los recursos financieros (<i>excedentarias a las deficitarias</i>) A diciembre 2015 la <i>tasa básica activa</i> mostró un nivel de 6.28%, resultando mayor en 0.21 puntos porcentuales que 2014; mientras que <i>la tasa básica pasiva</i> a 180 días, cerró en 4.33%, mayor al 4.09% 2014.	
	5. Sector Fiscal de la Economía	Corresponde la Administración de ingresos, egresos y deuda pública por parte del estado en una economía. <ul style="list-style-type: none">• Ingresos Tributarios y su relación con el PIB: a 2015 ascendieron a \$4,118.1 millones, equivalente a 15.9% del PIB.• Gasto público: a mayo 2016 \$5,479 millones21% del PIB.• La inversión pública: para 2015 \$651 millones, un 2.5% del PIB; para el año 2016, se proyecta una inversión pública de \$732 millones, un 2.7% del PIB• Deuda Pública: para 2015 es de \$16,961 millones, 64.2% del PIB.	
	6. Calificación soberana	<i>"Riesgo País"</i> , evaluado por calificadoras de riesgo de acuerdo condiciones económicas, sociales, políticas o incluso naturales y geográficas Calificación de Standard & Poor's Ratings: B+/Estable/B (enero 2016) Calificación de Fitch Ratings: B+Estable (julio 2016)	Calificación de Moody's Service: B3 con perspectiva negativa (noviembre 2016)

Fuente: elaboración propia.

APÉNDICE 2. Diagnóstico Externo del entorno turístico (Metodología PESTT)

Lo descrito en la tabla 4, evidencia que el turismo es uno de los principales motores de la economía y de importante influencia en sus variables, donde las decisiones de la industria turística están relacionados por implicaciones que afectan el poder de compra de los turistas. Esta síntesis enmarca el análisis que la Organización Mundial del Turismo (OMT) sugiere para los efectos económicos turísticos: *Efectos globales, Efectos parciales sobre la economía y Efectos externos*. La tabla 5, resume los factores económicos de la práctica turística nacional.

Tabla 5. Síntesis de dimensiones PESTT: Factor Económico Turístico Nacional

PANORAMA ECONÓMICO DEL TURISMO NACIONAL

En esta sección se explora brevemente el informe estadístico *Enero-Diciembre 2016* en su versión preliminar de la Unidad de Inteligencia de Mercado de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)¹; se exponen algunas variables económicas influyentes del turismo nacional.

<i>Dimensiones de análisis</i>	<i>Descripción</i>
<i>1. Ingresos de turistas internacionales a El Salvador</i>	Las llegadas de turistas internacionales a El Salvador (<i>turismo receptor</i>), alcanza los 2,051,653 de visitantes, creciendo en el 2016 un 4% en comparación con 2015. Según MITUR, El Salvador recibió a unos 2 millones de visitantes en el periodo de junio de 2016 hasta mayo 2017, el número de visitantes en el sector aumentó 8.5% comparado con el periodo anterior (2015-2016).
<i>2. Ingresos económicos al país por turismo receptor (Gasto turístico)</i>	<p><i>El Turismo Receptor</i> engloba las actividades realizadas por los visitantes no residentes en El Salvador como parte del viaje. El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por bienes y servicios de consumo. Para 2016 es de \$1,183.43 millones contra lo registrados en 2015 de \$1,169.45 millones, lo que representa 1.2% de incremento. En el periodo de junio de 2016 hasta mayo 2017, contribuye con un ingreso turístico por \$1,158.05 millones, con el periodo anterior (2015-2016), el aumento fue de 4.5%.</p> <p>El gasto de quienes hacen turismo interno reportó un aumento del 4.5%, ya que en mayo 2016 fue de \$555 millones y a mayo 2017 es de \$580 millones, para cierre de año se espera \$1,160 millones.</p> <p><i>El comportamiento (gasto diario por persona) de los turistas se incrementó en 4% con respecto al año 2015, superó en promedio de \$112.90 en el año 2015 a \$117.4 en el 2016.</i></p>
<i>3. Resultados de turismo emisor</i>	<p><i>El turismo emisor</i> abarca las actividades realizadas por un visitante salvadoreño fuera de El Salvador, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno. Durante el acumulado de 2016, el número de salvadoreños que realizaron viajes al exterior fue de 1,803,744 visitantes, un 11.5% de crecimiento con el 2015.</p>
<i>4. Ingreso Turístico y relación PIB</i>	El rubro turístico presenta un impacto considerable cercano del 5% del Producto Interno Bruto (<i>PIB</i>), fomentando internamente considerables inversiones y generación de empleo. La actividad de turismo 2016 representa el 4.51% del <i>PIB</i> . La apuesta para el 2017 es 6% de este indicador económico.
<i>5. Volumen de empleo en turismo</i>	La participación del empleo que genera el sector turismo en la economía nacional es del 7.8% con 45,958 empleos a diciembre de 2016. Para mayo 2017 equivale a casi 51,435 empleos directos y unos 150,000 en sector informal. Para 2017, el salario promedio en el sector turismo ronda los \$472.28 que comparado con el salario promedio del país es mayor en \$172.28.

Fuente: elaboración propia.

¹ Ver: http://publica.gobiernoabierto.gob.sv/institutions/corporacion-salvadorena-de-turismo/information_standards/estadisticas

FACTORES SOCIO-CULTURALES

Los factores *socio-culturales* hacen referencia a cualquier proceso o fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales de la sociedad salvadoreña, y por la naturaleza de esta investigación en los vinculados directamente con la práctica turística. *Sociedad y Cultura*, interactúan en un mismo contexto y comparten las mismas circunstancias que condicionarán sus costumbres y estilos de vida; generando desarrollo de identidad y sentido de pertenencia, estudio indispensable para comprender la realidad social y cultural del turismo en El Salvador.

El tercer aspecto del análisis *PESTT*, se enfoca en las fuerzas que actúan e influyen dentro de la práctica turística y que afectan las actitudes, intereses y opiniones de los turistas e influyen en sus decisiones de viajes y de consumo, cambios en el estilo de vida, actitud consumista, nuevas y variadas motivaciones turísticas, nivel educativo, patrones culturales, religión dominante, identidad de cultura, el impacto del idioma o lenguas ancestrales en la difusión de los productos turísticos, el tiempo que la población dedica a la recreación, delincuencia, aspectos ecológicos, enfermedades tropicales, otros. Este análisis sociocultural, busca revelar las idiosincrasias culturales relacionadas con la práctica turística. A continuación, se describen las condiciones sociales y culturales *Náhuat-Pipil*:

CONDICIONES SOCIALES

En este apartado se comenta de forma breve las condiciones y el contexto social que influyen en decisiones de viajes o consumo relacionado con la práctica turística salvadoreña como: *inseguridad, desempleo, educación, incremento el salario mínimo, demografía, cuadro motivacional y conductas de turistas potenciales (Millennials y Centennials), comportamiento de pensiones, cambio climático, pobreza y calidad de vida, pérdida de capacidad de compra y consumo, enfermedades tropicales, otros.*

CONTEXTO CULTURAL NÁHUAT-PIPIIL

En este estudio se comenta en forma extractada, el contexto cultural *Náhuatl-Pipil* de la sociedad salvadoreña, y la participación de los distintos sectores sociales en el quehacer cultural y su vínculo con la práctica turística. A continuación se enumeran temas de trascendencia con el proceso cultural de El Salvador como: *Institucionalización de la cultura salvadoreña, identidad cultural, dignidad de los pueblos indígenas, rescate de la lengua Náhuat-Pipil, ley de cultura y sus expectativas, educación y cultura, apertura de agendas y actividades culturales en los sectores sociales, entre otros.*

FACTORES SOCIO-CULTURALES

La tabla 6 resume de forma sintética, las condiciones sociales y contexto cultural Náhuat-Pipil vinculantes con la práctica turística

Tabla 6. Síntesis (cuadro resumen) de dimensiones PESTT: Factores Socio-Culturales

Panoramas económicos	Dimensiones de estudio		Análisis descriptivo
A. CONDICIONES SOCIALES En este apartado se comenta de forma breve las condiciones y el contexto social que influyen en decisiones de viajes o consumo relacionado con la práctica turística salvadoreña.	1. Inseguridad Social y turística	La delincuencia está reduciendo el flujo y potencial de la actividad turística en el país. La inseguridad es un obstáculo para turismo.	a) Pérdida en competitividad turística internacional: El país ocupa la posición 134 de 141, <i>Seguridad</i> . b) Obstáculo para el turismo nacional: un problema que <i>disminuye el potencial turístico del país</i> . c) A pesar de la inseguridad, el turismo nacional crece.
	2. ¿Es aprovechado el Bono Demográfico Salvadoreño?	El turismo demográficamente se ha transformado radicalmente en los últimos años, fruto de múltiples cambios generacionales. Las poblaciones de los mercados tradicionales que han dominado los flujos turísticos están envejeciendo, un reflejo cada vez mayor en los gustos, motivaciones y necesidades de los turistas.	
	3. El Turismo nacional, mantiene impulso frente al desempleo	El turismo nacional, se ha convertido en un <i>colchón</i> para el desempleo, donde la actual coyuntura económica y el alto desempleo en el país, ha provocado una corriente incesante de mano de obra hacia el sector turístico. <i>Según las autoridades turísticas, la participación del empleo que genera el sector turismo en la economía nacional es del 7.7%, cifra que equivale a casi 50,000 empleos directos, 150,000 en sector informal.</i>	
	4. El Turismo, una alternativa viable de emplear Ninis en El Salvador	Los <i>Nini</i> , es un grupo poblacional que se encuentran desocupados y forman parte de la <i>Población Económicamente Inactiva</i> (PEI). Sin embargo la creciente captación de ingresos del turismo doméstico e internacional en El Salvador, podría representar una oportunidad laboral para este grupo. Algunos economistas estiman que si los cerca de 415,000 <i>Nini</i> , estuviesen empleados con un salario mínimo, generarían cerca de \$2,000 millones de dólares al año, además de aprovechar el <i>Bono Demográfico</i> .	
	5. Propuestas incremento Salario Mínimo	A lo largo del primer semestre de este año 2016, se discuten propuesta de incremento por las autoridades correspondientes, de consensar el posible aumento mejoraría entre otros beneficios mejorar el costo de vida de la población trabajadora, permitiéndole el consumo de bienes y servicios; entre ellos practicar el turismo.	
	6. Capacidad de compra y consumo	La realidad a nivel <i>nacional e internacional</i> de capacidad de compra, advierte que el gasto turístico será reducido o sacrificado en los próximos años.	A nivel internacional, las familias hispanas pondrán amenazantes los flujos de remesas familiares. A nivel Nacional, el Banco Central de Reserva, informa que 44% de las hogares tienen ingreso estable.
	7. La generación de los Millennials, un concepto diferente de hacer turismo	En un sector tan dinámico y competitivo como es el turismo, es imprescindible comprender a las próximas generaciones de consumidores de la industria turística como son los Millennials; un grupo poblacional que en la actualidad son los principales consumidores relacionados con el turismo y que están cambiando las reglas del juego tradicional de los mercados turísticos. De acuerdo con investigaciones para el año 2035 la manera en que se vivirá el turismo cambiará significativamente.	
	8. Cambio climático y la práctica turística	A los turistas les gusta el buen tiempo, pocas actividades económicas son tan dependientes del clima como el turismo. Unas condiciones meteorológicas favorables son esenciales y fundamentales para mantener el éxito de cualquier destino turístico. El cambio climático, comienza a desplazar el turismo sol y playa, a otras tipologías	
	9. Zika, amenaza para la industria turística	El Zika es una amenaza de \$63,900 millones de dólares en la industria turística de Latinoamérica. Los países de todo el Caribe, Centro y Sudamérica podrían perder miles de millones de dólares en ingresos por turismo internacional debido al temor generado por este virus.	
	10. El turismo, un atenuante de la pobreza y mejora de la calidad de vida	A pesar del momento turbulento que atraviesa la economía mundial, el turismo es uno de los principales motores del comercio y de la prosperidad en el mundo; atenuar la pobreza es uno de los mayores retos globales; por lo tanto enfocar la creación de riqueza del turismo hacia las personas más necesitadas es una tarea inmensa y una extraordinaria oportunidad. La práctica turística no elimina la pobreza, pero la naturaleza y carácter de su actividad realizan una aportación sustancial.	
B. CONTEXTO CULTURAL NÁHUAT-PIPI En este estudio se comenta en forma extractada, el contexto cultural <i>Náhuatl-Pipil</i> de la sociedad salvadoreña, y la participación de los distintos sectores sociales en el quehacer cultural y su vínculo con la práctica turística.	1. La institucionalidad de la cultura	La Secretaría de Cultura de la Presidencia de la República, con el apoyo de sus Direcciones Nacionales conforman <i>SECULTURA</i> , tiene el compromiso y la prioridad institucional de promover la cultura y las artes en todas sus formas de expresión, en que la cultura sea parte esencial en la vida de toda la población. Su objetivo fundamental es el fortalecimiento de la institucionalidad pública relacionada con la cultura.	
	2. Identidad Cultural Náhuat-Pipil	La identidad cultural del pueblo salvadoreño, está íntimamente ligada a su lengua el <i>Náhuat-Pipil</i> , sus tradiciones y costumbres que le son propias; de perderlas se ubica en un eminente peligro de identidad del pueblo mismo. Recuperar la identidad cultural de un pueblo es una tarea difícil cuando diversos vínculos culturales se han perdido.	
	3. Dignidad de los pueblos indígenas	Existe una negación generalizada sobre la existencia de indígenas en El Salvador, quienes mantienen sus costumbres y tradiciones, viven en comunidades rurales, practicando, la mayoría, la misma agricultura de subsistencia, la artesanía y orfebrería que han practicado por cientos de años. Muy pocos mantienen su lengua ancestral, pero muchos más mantienen su identidad cultural. A partir de 2014, la Asamblea Legislativa reformó la constitución en su artículo 63, agregando un inciso donde reconoce su existencia.	
	4. Pueblo Pipil y Náhuat devuelta a la vida	La insurrección <i>indígena-campesina</i> de enero de 1932, conlleva entre otros factores; el ocultamiento del idioma Pipil Salvadoreño el <i>Náhuat-Pipil</i> (<i>símbolo clave de la salvadoreñidad</i>), El rescate de esta lengua, su revitalización y la visualización es una deuda pendiente del país con la etnia de los <i>Pipiles</i> .	
	5. Ley de Cultura, identidad de pertenencia	Esta ley promueve el rescate, investigación y preservación de la cultura. Esta normativa establece la <i>Política Nacional de Cultura</i> , la creación de la <i>Política Municipal de Cultura</i> y la elaboración de un <i>Plan Operativo Anual de la Cultura</i> (POAC). Decreto Legislativo N° 442, Diario Oficial. N° 159, Tomo 412, El Salvador, 30 agosto 2016	
	6. Cultura Náhuat-Pipil, marca municipio	El Centro Nacional de Registros a través del Registro de la Propiedad Intelectual: <i>Marcas Municipio</i> , entregó (<i>julio 2016</i>) al municipio sonsonateco de Nahuizalco su propia marca: “ <i>Nahuizalco, tradiciones y cultura que te encantarán</i> ”, con vigencia por diez años y es renovable por igual período. Es la primera marca municipio en el país, un instrumento que se constituye en una herramienta diferenciadora con propuesta de valor para la promoción turística.	
	7. Despertar colectivo de la cultura salvadoreña con agendas e iniciativas	Es palpable en el entorno salvadoreño, un despertar colectivo por el interés en exhibir de diversas manifestaciones la <i>cultura salvadoreña</i> acompañada de la práctica turística; con la esperanza en el resurgir de los valores culturales ancestrales y sus raíces, más que oportunidades de diversificar el turismo nacional. Ejemplo de iniciativas: <i>Gota cultural</i> , proyectos estudiantiles que promueve valores nacionales, y SECULTURA financiará iniciativas culturales.	
	8. La Cultura Náhuat-Pipil en el Sistema Educativo Salvadoreño	Según la UNESCO <i>la cultura</i> , es un motor económico y social para los países; tiene el poder de hacer de las poblaciones lugares más prósperos, sostenibles y brindan más calidad de vida a sus residentes. El rescate y conservación de la diversidad cultural salvadoreña, aboga por una mayor y más rotunda apertura del Sistema Educativo.	

Fuente: elaboración propia

TURISMO Y LOS FACTORES TECNOLÓGICOS

El turismo y la tecnología recorren el mismo camino, el continuo y veloz desarrollo tecnológico complementa la práctica turística; con el uso de modernas herramientas y la oferta de nuevas experiencias. En un mundo intensamente comunicado e interrelacionado, la manera en que los actores utilicen estas herramientas tecnológicas en la actividad turística, marcarán la diferencia.

La tabla 7, resume a nivel de síntesis; como el *turismo y la tecnología* recorren el mismo camino:

Tabla 7. Síntesis de dimensiones PESTT: Turismo y los Factores Tecnológicos

<i>Dimensiones de análisis</i>	<i>Descripción</i>
1. <i>Evolución de nuevas tecnologías en el Turismo</i>	La aplicación de las tecnologías en el sector turístico ha tenido una evolución acorde con las etapas de informatización e informacionalización de la sociedad. Hoy día Internet se ha hecho imprescindible en cualquier ámbito de la sociedad y ha sido de vital influencia, que la mayor parte de los destinos turísticos lo utiliza constantemente, con lo que están desapareciendo prácticas tradicionales de hacer turismo. La estrecha interrelación entre la industria turística y la informática, obedece a que el turismo al ser una industria mundial se convierte, potencialmente en el principal cliente de la industria informática, y por otro lado que la información está en los mismos cimientos de la industria turística.
2. <i>Turismo Cultural 2.0</i>	La revolución que supone <i>Internet</i> en todos los ámbitos de la vida social no es objeto de controversia. Internet es un potente factor de cambio, incluso de sí mismo. En materia de turismo se habla de <i>Travel 2.0</i> ; sitios web que aplican la filosofía al mundo del turismo. Esta nueva vía para los turistas permite que los productos tradicionales, básicamente estructurados por <i>turoperadores</i> , se vean superados por una demanda cuya fuente de confianza son otros usuarios. Estos espacios son diversos y afectan a todas las etapas del proceso, en las diversas vivencias y experiencias de los turistas: <ul style="list-style-type: none"> • Antes de realizar el viaje: buscadores o portales turísticos a través de redes sociales. • Durante el viaje: fotografías y videos, información turística a través de distintas tecnologías. • Después del viaje: intercambio de experiencias y vivencias, por fotos, videos, artículos blogs
3. <i>Mercados de Turismo Cultural 2.0</i>	El modelo convencional de la intermediación está generando cambios importantes en la estructura tradicional del mercado turístico. <i>Internet</i> ha configurado un mercado más transparente y competitivo, que obliga a reposicionarse a los intermediarios, (<i>agencias de viajes, turoperadores, otros</i>). La idea del mercado como algo estático, estable, rígido y perfectamente predecible empieza a ser una ficción. El drástico cambio de los mercados de turismo cultural 2.0, supone mercados flexibles y volubles en respuesta a los cambios producidos en este nuevo mundo crecientemente multicultural y globalizado. Queda camino por recorrer, especialmente desde el lado de la oferta, que se adapta por el momento de forma ineficiente a los cambios más rápidos que se están produciendo en la demanda.
4. <i>Turismo virtual ¿Nuevos actores turísticos?</i>	El <i>turismo virtual</i> se ha convertido en uno de los principales potenciales para el futuro desarrollo de la industria turística y uno de los elementos de diferenciación de algunos destinos turísticos culturales y en una potente herramienta de gestión por parte de sus actores. Los expertos coinciden en que este tipo de productos facilitarán el acceso de los turistas a los recursos patrimoniales y conocer culturas ya desaparecidas. Esta realidad virtual tiene un uso potencial para generar experiencias únicas e inolvidables de un destino, sin necesidad de visitarlo. En este contexto, habrá que tener en cuenta la aparición de nuevos actores y el cambio del rol tradicional de gestión del patrimonio y de la cultura.
5. <i>Incorporación masiva de innovaciones tecnológicas al mundo del turismo</i>	En los próximos años se producirá la incorporación al mundo del turismo de una gran cantidad de innovaciones tecnológicas que optimizarán la experiencia de los viajeros durante sus desplazamientos. El auge de las herramientas de visualización y realidad virtual puede cambiar el concepto mismo de viajar. Los avances tecnológicos crean oportunidades, pero igualmente representan una amenaza para el turismo; los cambios en la tecnología seguirán influyendo en los diversos subsectores de la industria turística y en el propio turista.

Fuente: Elaboración propia

TENDENCIAS FUTURAS DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

A pesar de la preocupación actual ocasionada por el cambio climático, la pérdida creciente de la identidad cultural y demás vulnerabilidades; el futuro del turismo, por lo menos para la próxima década, sigue siendo prometedor y optimista. La tabla 8, expone de forma extractada las dimensiones de los cambios futuros, tendencia, retos y oportunidades de la industria turística.

Tabla 8. Síntesis (cuadro resumen) de dimensiones PESTT: Tendencias futuras del turismo

Análisis PESTT: Tendencias futuras del turismo

Dimensiones de tendencias	Análisis descriptiva
1. <i>El turismo en el tercer milenio</i>	La industria turística, es un sector de la economía muy grande y dinámica, con profundos cambios sociales y culturales. Una evaluación realista hacia el futuro sugiere que, pese a los retos que enfrenta, seguirá creciendo y progresando de forma rápida y dinámica que otros sectores.
2. <i>La naturaleza del crecimiento del turismo a futuro</i>	Se espera que el turismo siga creciendo, sin embargo; la naturaleza de este crecimiento y desarrollo será en diversas formas, muy diferente a las de las cinco décadas anteriores. <i>Los avances tecnológicos, cambios demográficos, inseguridad social y cambio climático</i> , obliga a que los administradores de la industria turística desarrollen un marco completo de políticas públicas, estrategias y administración del destino que se adapte y ajuste a estas realidades.
3. <i>Nuevas realidades del turismo</i>	Al turismo se le considera <i>la industria más grande del mundo</i> , esta situación está cambiando drásticamente y de forma negativa para el turismo, acusando a esta actividad ser causante de: <i>destrucción de culturas, degradación del ambiente y de la homogenización de los estilos de vida, entre otros</i> .
4. <i>Fuerzas que impactan el futuro del turismo</i>	Es evidente que el turismo es producto de diversas fuerzas cambiantes que han conformado su estructura y la manera cómo funciona, presentando nuevas realidades a superar o de adaptarse a ellas: <ul style="list-style-type: none"> • Fuerzas económicas: a pesar de la actual situación económica, la industria turística puede generar un crecimiento económico mundial. • Fuerzas políticas: los responsables del turismo tendrán que hacer participar a los residentes en la evaluación de los costos y beneficios asociados. • Temas ambientales: los creadores de políticas turísticas deben reconocer que el desarrollo y la conducta turística deben ser compatibles con el entorno. • Aspectos tecnológicos: la tecnología altera definitivamente las instalaciones, productos y servicios turísticos; y, de hecho, la experiencia misma de viajar. • Cambios demográficos: nuevas generaciones que impulsarán y darán forma en los flujos turísticos, provocando cambios importantes en gustos y necesidades de turistas. • Inseguridad en el turismo: los destinos son constantemente golpeados por la inseguridad, un hecho que afecta aún más en la importancia económica del turismo.
5. <i>Los turistas del futuro</i>	Los turistas del futuro estarán más <i>hiperconectados, geolocalizados</i> y será más social y veloz. Estará muy influenciado por la generalización de las redes sociales, un instrumento que comparte experiencias viajeras, consultarán con blogueros, videoblogueros antes de tomar una decisión en la planificación de sus viajes. Los turistas en el futuro además de la tecnología tendrán una diversidad de cambios: <i>Una sociedad basada en conocimiento, diversidad dentro de un mundo homogéneo, búsqueda de estabilidad económica, la llegada de un turismo perpetuo, evolución del tiempo libre y diferenciales de ingresos, entre otros</i> .
6. <i>La naturaleza cambiante de los productos turísticos</i>	Los productos turísticos deben competir con las presiones sobre el tiempo libre de los turistas y la cada vez más amplia variedad de oportunidades de entretenimientos asociados con la tecnología.
7. <i>Hábitos de consumo y formas de viajar de los turistas</i>	Factor influyente en los viajes los hábitos de consumo y la forma de viajar de turistas. Estas son algunas tendencias, donde destinos y empresas turísticas tienen que conocer para adecuar producto y servicio: <ul style="list-style-type: none"> • La influencia de <i>la cultura</i> se traduce en la búsqueda cada vez de mayores destinos (<i>gastronomía, tradiciones y costumbres autóctonas</i>). • Los turistas ya no quieren ser meros espectadores, quieren ser protagonistas de sus vivencias, de la cultura y tradiciones de los pueblos.

Fuente: elaboración propia.

Matriz PESTT del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco

Una vez asimilado los componentes de esta metodología, la tabla 9 muestra la construcción de una Matriz PESTT que agrupa por dimensiones las variables más significativas de este estudio¹.

Tabla 9. Matriz PESTT del entorno del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco

MATRIZ PESTT PARA EL DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL DE NAHUIZALCO

POLITICO TURÍSTICO	ECONÓMICO
<p>En este apartado, se estudian los factores relacionados con la regulación institucional aplicado a la industria del turismo internacional y nacional (<i>Políticas y leyes culturales, impositivas e incentivos, políticas turísticas, cambio o evoluciones político de orden turístico</i>).</p> <p>5. La OMT, advierte que el binomio <i>turismo y cultura</i> es un motor potente atenuante de pobreza.</p> <p>6. Participar competitivamente de la estrategia <i>Pueblos Vivos</i>, una modalidad de hacer turismo interno, estableciendo vínculos de cultura, medio ambiente y gastronomía con su propia gente.</p> <p>7. La aprobación de la <i>Ley de Cultura</i>, fomentará a nivel nacional un modelo el turismo cultural; que gestione políticas de gestión competitiva y sostenible.</p> <p>8. Proyectos de ampliación de diversos circuitos turísticos multidestinos, al incluir más municipios con una variedad de sitios y productos turísticos.</p>	<p>El turismo es uno de los principales motores de la economía y de importante influencia en sus variables, por ello las autoridades turísticas deben estar atento a lo que sucede en su entorno macroeconómico y microeconómico, a nivel nacional e internacional; que afectan el poder de compra de los turistas.</p> <p>5. El turismo es una tarea de extraordinarias oportunidades, con importante participación en el crecimiento económico nacional, fomenta la inversión interna y genera empleo.</p> <p>6. Acciones drásticas en las finanzas públicas, deterioraría la capacidad del consumo turístico interno.</p> <p>7. La industria turística nacional crece a nivel de oferta agregada, a pesar de las ensombrecidas perspectivas económicas a nivel mundial y nacional.</p> <p>8. Los ajustes de una reforma previsional, generan incertidumbre de insostenibilidad del pago a los pensionados en el largo plazo, quienes lo gastan especialmente en viajes y turismo.</p>
SOCIO-CULTURAL NÁHUAT-PIPIIL	TECNOLOGÍA
<p><i>Sociedad y Cultura</i>, interactúan en un mismo contexto y comparten las mismas circunstancias que condicionarán costumbres y estilos de vida; generando desarrollo de identidad y sentido de pertenencia, estudio indispensable para comprender la realidad social y cultural del turismo en El Salvador.</p> <p>5. La <i>Ley de Cultura</i> aviva la práctica del turismo cultural, reconociendo la riqueza <i>cultural</i> del país y dignificando los pueblos indígenas y sus lenguas ancestrales.</p> <p>6. La inseguridad es un problema latente y constante para el turismo y para la economía nacional, ya que afecta la decisión del turista para visitar los distintos destinos turísticos.</p> <p>7. El cambio climático, está ocasionando obstáculos en los flujos del turismo <i>sol y playa</i>, diversificando el turismo nacional a otros segmentos como el turismo cultural.</p> <p>8. Las futuras generaciones, con una menor capacidad de consumo turístico, con menor tiempo para viajes, un amplio mundo virtual a su disposición y un deterioro creciente de identidad cultural; demandarán un cuadro de motivación del turismo cultural, más cambiante, exigente y diferenciado.</p>	<p>La práctica turística y la tecnología recorren el mismo camino, de forma conjunta marcarán la diferencia en cuanto a la forma de darse a conocer y la calidad de los servicios turísticos, su influencia para los consumidores y especialmente para las empresas turísticas.</p> <p>5. El turismo y la tecnología recorren el mismo camino, esta simbiosis marcará la diferencia en cuanto a la forma de darse a conocer y la calidad de los servicios turísticos.</p> <p>6. La realidad virtual, es una potente herramienta que puede facilitar una nueva forma de acceso y conocimiento del patrimonio cultural, aprovechando las infinitas oportunidades de generar experiencias pasadas, nuevas y desconocidas.</p> <p>7. El turismo <i>Travel 2.0</i>; sitios web que aplican y afectan a todas las etapas del proceso turístico, desplazará la intermediación turística.</p> <p>8. El aporte tecnológico está convirtiendo al mundo real del turista, en un mundo virtual.</p>
TENDENCIAS DEL TURISMO DEL FUTURO	
<p>A pesar de la preocupación actual por diversos factores externos, el futuro del turismo sigue siendo prometedor y optimista. Las proyecciones y tendencias parecen favorecer el crecimiento a largo plazo de la industria turística. Este apartado expone algunas de las dimensiones más específicas de los cambios futuros, tendencia, retos y oportunidades del turismo en los próximos años:</p> <p>5. A pesar de las preocupaciones por las vulnerabilidades del entorno, el futuro del turismo sigue siendo prometedor y optimista.</p> <p>6. Ante prácticas turísticas homogéneas, existen fuertes presiones por conservar la identidad única y cultural de los destinos.</p> <p>7. La influencia de la cultura en el turismo, se traduce en la búsqueda cada vez de mayores destinos culturales (<i>gastronomía, tradiciones y costumbres autóctonas</i>).</p> <p>8. Los productos turísticos deben competir con las presiones de los turistas y la cada vez más amplia variedad de oportunidades de entretenimientos.</p>	

Fuente: Elaboración propia

¹ Esta herramienta será utilizada para determinar: *perfil del entorno turístico cultural*, listado de factores externos principales (*oportunidades y amenazas*) y su ponderación mediante una matriz de evaluación (*MEFE*).

APÉNDICE 3. Respuestas o refutaciones a hipótesis formuladas

Las hipótesis formuladas de esta consultoría surgen sobre la base de antecedentes empíricos, teóricos-metodológicos y de la inmersión inicial en el campo de la práctica turística de Nahuizalco, por supuesto previendo los métodos, técnicas e instrumentos que permitan captar información válida y confiable; estas hipótesis son de naturaleza inductiva¹, y de tipo analítica (*relacional-causal-secuencial*): *relacionales*: ya que se refiere a dos o más variables, *causal*: cuando el flujo de la variable independiente es inevitable la variable dependiente; *secuencial*: que supone que la variable independiente se va a producir en un período de tiempo determinado.

Esta consultoría da respuesta a las hipótesis formuladas, redactándolas y presentándolas en extendida en narrativa; mediante el análisis de resultados de las entrevistas realizadas (*estructuradas y participativas*) y la investigación de campo², sus variables son evaluadas de manera empírica (*enfoque cualitativo*), sobre aspectos medulares de la investigación que contribuyen a conocer, encontrar, producir la información que se necesita para responder y concluir de mejor forma sobre el fortalecimiento del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*.

A continuación se presentan las respuestas a las hipótesis formuladas en esta consultoría:

a) Hipótesis de la investigación

H₀. *Un documento de consultoría como propuesta sobre fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, permite rescatar y dinamizar el turismo cultural de forma competitiva y sostenible; que logren el desarrollo territorial, económico y social, que mejoren la calidad de vida de los habitantes.*

– Respuesta directa

Esta hipótesis de investigación ha sido una suposición inicial, que ha constituido una sistematización sobre los datos recolectados y analizados, el diagnóstico es un trabajo largo para descubrir lo que pensábamos (*hipótesis de trabajo*) al inicio de la consultoría.

¹ Las hipótesis en la investigación cualitativa no confirman para la población objeto de estudio, ni se estará en posibilidad de hacer predicciones a nivel probabilístico o de tendencias, para otras situaciones similares. En el enfoque *cualitativo*, las hipótesis más que para probarse, sirven para incrementar el conocimiento de un evento, un contexto o una situación. Su simple generación ayuda a dar mayor sentido de entendimiento.

² Las encuestas fueron realizadas *directamente* por los consultores, quienes entrevistaron de forma estructurada y participativa a los actores claves de la práctica turística de Nahuizalco.

La radiografía realizada al interior del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, se evidencia con los resultados analizados y la investigación de campo: *no se cuenta con análisis de perfil de la demanda turística, la cultura no es un recurso complementario del turismo, se deben aprovechar las ventajas competitivas y diferenciadoras, la creación de productos turísticos, mejorar la calidad de la oferta, confeccionar un inventario turístico, mayor cooperación y colaboración de sus actores, la existencia de un mercado de turismo genérico, ausencia de políticas de turismo cultural, entre otras realidades.*

Por lo tanto un documento de consultoría con propuestas fundamentales sobre el fortalecimiento de esta práctica turística, *permite rescatar su dinamismo de forma competitiva y sostenible; que logren el desarrollo territorial, económico y social, pero sobre todo que mejoren la calidad de vida de los habitantes.*

b) Hipótesis particulares

H1. *A mayor conocimiento del perfil del turista cultural Náhuat-Pipil, mayor es la dinámica de la oferta turística de Nahuizalco.*

– Respuesta directa

Para esta hipótesis se indago lo siguiente:

- 1) Para conocer el punto de vista de la oferta turística de Nahuizalco, se entrevistó estructuralmente a miembros de **Unidades Productivas Ofertantes** (Ver pregunta 5 de la entrevista UPO en Anexo 17).

Análisis: *los actores del sector productivo ofertante opinan, que a mayor conocimiento del turista cultural se desarrolla mejor el mercado turístico del municipio, lo dicen el 100% de los entrevistados.*

- 2) En complemento de la hipótesis planteada, se entrevistó participativamente al **Comité de Desarrollo Turístico (CDT)**, para profundizar en la demanda turística con la pregunta: **¿Está segmentado el perfil de los turistas en función de sus motivaciones?;** (Ver Pregunta 4 i) demanda turística en anexo 15).

Análisis: *los miembros de CDT opinan en un 47%, que sí está segmentado el perfil de turistas que los visita, esto lo realizan con experiencias propias del trabajo que desarrollan, pero no hay estudios o personas formadas para realizar este trabajo. Un 53% dice que no está segmentado el perfil de los turistas, lo desconocen por completo, lo que se enuncia la importancia del estudio del perfil de la demanda turística.*

H2. *Un mayor aprovechamiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, provoca una mayor ventaja diferenciadora frente a otros destinos.*

– Respuesta directa

Para esta hipótesis se realizó entrevista participativa al *Comité de Desarrollo Turístico*, la que se fundamenta en dos interrogantes que están inmersas en la pregunta 4 v) orientado al destino cultural (ver anexo 15).

1) *¿Considera a Nahuizalco, un destino de atractivo cultural?*

Análisis: el 100% de los miembros del CDT opinan que Nahuizalco es considerado un destino turístico atractivo por su cultura. Siendo su ventaja diferenciadora: ser un pueblo que posee población indígena y una rica historia de cultura ancestral, que deber ser aprovechada turísticamente.

2) *¿El patrimonio histórico Náhuat-Pipil de Nahuizalco, le otorga una diferenciadora ventaja frente a otros destinos?*

Análisis: la opinión de los miembros del CDT, expresan en un 95% que sí tienen una ventaja diferenciadora a través de la historia de Nahuizalco, donde la cultura Náhuat-Pipil forma parte de ellos, las autoridades lo ven como un patrimonio histórico que se materializa en su museo. Un 5% dice que no es una ventaja frente a otros destinos.

De forma complementaria, los miembros del CDT argumentaron sobre la ventaja competitiva de su municipio (ver pregunta 4 i) del anexo 15)

3) *¿Qué supone una ventaja competitiva de Nahuizalco como destino turístico?*

Análisis: los miembros entrevistados de CDT opinan que cuentan con una ventaja competitiva: un 37% reconoce la cultura Náhuat-Pipil, un 32% de los miembros se inclina que su ventaja suprema como municipio es el mercadito nocturno con su gastronomía autóctona; un 21% se orienta a sus artesanías como una ventaja turística fuerte; solo un reducido 10% manifiesta que su plaza y casco urbano, les da realce frente a otros destinos.

H3. *Un levantamiento de inventario turístico cultural, ayudaría en la ampliación y diversificación de la oferta de los productos.*

– Respuesta directa

Para esta hipótesis se entrevistó a miembros de la UPO (Ver pregunta 4 del anexo 17).

Análisis: de los 35 entrevistados, el 100% reconoce que realizar un inventario de los principales productos y atractivos culturales, diversificará la oferta turística de Nahuizalco. Este portafolio de productos y atractivos otorga más opciones al turista, y amplía el conocimiento de la cultura Náhuat-Pipil.

H4. *Un fortalecimiento del Sistema Turístico de Nahuizalco, lograría mayor afluencia turística en el marco de la Ruta de Las Flores.*

– Respuesta directa

Para esta hipótesis se entrevistó a cada actor clave de la práctica turística de Nahuizalco, por considerarse una percepción valiosa en el objetivo fundamental de esta consultoría.

1) *Unidades Operativas Ofertantes (Ver pregunta 6 en anexo 17)*

Análisis: un 63% de los entrevistados dicen, que **Pueblos Vivos les ayuda para promocionarse**, e incrementar y mejorar los ingresos económicos, ya que turistas los visitan más por identificar los municipios; un 26% manifiesta que atrae turistas y se mejoran las ventas. Un 8% comenta que se mejoran los municipios, ya que cada uno de ellos revive su cultura, se dan a conocer a los turistas y además los lugareños valoran lo que poseen. Es de mencionar que un 3% considera que no es favorable, ya que la forma en que se hace el programa de Pueblos Vivos roba la identidad de los pueblos.

2) *Comité de Desarrollo Turístico (Ver pregunta 5 en anexo 15)*

Análisis: un 32% de los miembros del CDT perciben que estos programas turísticos **apoyan con aspectos promocionales**; un 26% de los entrevistados consideran estos proyectos como fuente de ingresos económicos para el municipio. Un 21% valora que ayuda al turismo en general, un 11% manifiesta que logra dar a conocer la cultura de los pueblos; sin embargo, un 10% considera que estos programas desfavorecen por el robo de identidad de los pueblos.

3) *Comité de Competitividad Municipal (Ver pregunta 5 en anexo 16)*

Análisis: los miembros del CCM perciben que la experiencia de Pueblos Vivos y Ruta de Las Flores en la práctica turística de Nahuizalco es la siguiente: un 34% consideran positiva la experiencia con ingresos económicos y promoción, un **33% considera que estos programas atraen flujos de turistas**, un 17% considera solamente aspectos económicos, un 8% comenta que solo es promocionales turísticos; sin embargo un 8% considera la experiencia desfavorable indicando la pérdida de identidad de los pueblos.

La percepción general de estos actores, es que un fortalecido Sistema Turístico de Nahuizalco, aprovecharía de mejor forma la parte promocional de *Pueblos Vivos* y *Ruta de Las Flores*, evitaría gradualmente la pérdida de identidad cultural de los pueblos, incrementa la experiencia positiva de intercambios culturales por la afluencia de turistas, lo que se traduce en mejores ingresos económicos y bienestar para los pequeños artesanos y empresarios de Nahuizalco.

APÉNDICE 3. Respuestas o refutaciones a hipótesis formuladas

La siguiente tabla, sintetiza las respuestas o refutaciones a las hipótesis formuladas de la presente consultoría en el campo de la práctica turística de Nahuizalco.

<i>Respuestas o refutaciones a las hipótesis formuladas en la consultoría</i>	
Hipótesis de la investigación	Resultado de Diagnóstico
H₀. <i>Un documento de consultoría como propuesta sobre fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, permite rescatar y dinamizar el turismo cultural de forma competitiva y sostenible; que logren el desarrollo territorial, económico y social, que mejoren la calidad de vida de los habitantes.</i>	<i>La radiografía realizada al interior del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, se evidencia con los resultados analizados y la investigación de campo: no se cuenta con análisis de perfil de la demanda turística, la cultura no es un recurso complementario del turismo, se deben aprovechar las ventajas competitivas y diferenciadoras, la creación de productos turísticos, mejorar la calidad de la oferta, confeccionar un inventario turístico, mayor cooperación y colaboración de sus actores, la existencia de un mercado de turismo genérico, ausencia de políticas de turismo cultural, entre otras realidades.</i>
Hipótesis particulares	
H₁. <i>A mayor conocimiento del perfil del turista cultural Náhuat-Pipil, mayor es la dinámica de la oferta turística de Nahuizalco.</i>	Respuesta: <i>el sector productivo ofertante opina, que a mayor conocimiento del turista cultural se desarrolla mejor el mercado turístico del municipio, lo dicen el 100% de los entrevistados. Entrevistas UPO.</i>
H₂. <i>Un mayor aprovechamiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, provoca una mayor ventaja diferenciadora.</i>	Respuesta: <i>el 100% de los miembros del CDT opinan que Nahuizalco es considerado un destino turístico atractivo por su cultura.</i>
H₃. <i>Un levantamiento de inventario turístico cultural, ayudaría en la ampliación y diversificación de la oferta de los productos.</i>	Análisis: <i>de los 35 entrevistados, el 100% reconoce que realizar un inventario de los principales productos y atractivos culturales, diversificará la oferta turística de Nahuizalco. Entrevista UPO</i>
H₄. <i>Un fortalecimiento del Sistema Turístico de Nahuizalco, lograría mayor afluencia turística en el marco de la Ruta de Las Flores.</i>	Análisis <i>Un 63% de los entrevistados UPO dicen, que Pueblos Vivos les ayuda para promocionarse. 32% de los miembros del CDT perciben que apoyan con aspectos promocionales. Los miembros del CCM perciben que la experiencia de Pueblos Vivos y Ruta de Las Flores en la práctica turística de Nahuizalco es la siguiente: un 34% consideran positiva</i>

Fuente: Elaboración propia



APÉNDICE 4. Informe de Diagnóstico de Consultoría

Informe de Diagnóstico
Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil
Nahuizalco, Sonsonate

MAECE



[Signature]

MUSEO COMUNITARIO
NAHUAT, PIPIL
NAHUIZALCO

[Signature]



[Signature]



[Signature]



[Signature]

Proyecto de Consultoría

Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural
Náhuat-Pipil del municipio de Nahuizalco,
Sonsonate. El Salvador. CA.

El presente informe de diagnóstico de esta consultoría denominada: **Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate**; está diseñado para fines de estudio y análisis por las autoridades turísticas correspondientes de este histórico municipio, como también para fines ilustrativamente académicos.

Un buen diagnóstico es pertinente para la propuesta y la eficacia de su implementación, constituyendo la segunda fase de este proceso de consultoría (previo análisis referencial y teórico), sin embargo la primera en su fase plenamente operativa, con un alcance que supera la simple recopilación y análisis de datos. El objetivo es examinar metodológicamente de forma detallada y rigurosa, los problemas y oportunidades que desafían al *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*; con la finalidad de situar al descubierto los factores y las fuerzas que ocasionan el problema, la capacidad potencial para efectuar cambios y preparar propuestas para orientar el trabajo encaminado a la solución con eficacia y coherencia con los objetivos de consultoría. Un documento que se convierte en un aporte valioso para las autoridades turísticas y su comunidad, el que permite comprender el turismo cultural en su práctica turística y su gradual fortalecimiento.



Ciudad de Nahuizalco, Sonsonate; 30 de Junio 2017.

Respetables Autoridades Turísticas de Nahuizalco

- **Comité de Competitividad Municipal (CCM)**
- **Comité de Desarrollo Turístico (CDT)**
- **Representante de la Unidades Productivas Ofertantes (UPO)**
- **Casa de la Cultura**
- **Comunidad Artesanal Náhuat-Pipil**

Presentes:



Se ha realizado el diagnóstico de la consultoría como segunda fase del proyecto denominado: **“CONSULTORÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO”**. Sin embargo es la primera etapa plenamente operativa; con un alcance que supera la simple recopilación y análisis de datos. El objetivo es examinar de forma detallada y a profundidad, los problemas y oportunidades que desafían la práctica turística cultural de este histórico municipio; juntamente con los objetivos trazados por las autoridades turísticas; con la finalidad de situar al descubierto los factores y las fuerzas que ocasionan el problema y generan oportunidades, la capacidad potencial para efectuar cambios y preparar la información necesaria; que orienten el trabajo enfocado a la solución con eficacia, la que se circunscribe a determinados datos obtenidos y se concentra de manera coherente con los objetivos de este proyecto de consultoría.

Este diagnóstico turístico como proceso metódico, se desarrolla con espacio territorial específicamente en el histórico casco urbano de la ciudad de Nahuizalco, teniendo un corte temporal de *Junio de 2016 a marzo 2017*. Su papel primordial es un estudio minucioso que permite conocer a profundidad, mediante la ejecución de una serie de herramientas sobre la base de datos recopilados y ordenados sistemáticamente, producto de diversos estudios de campo que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando con su práctica turística y tendencias de esta industria a nivel regional y nacional. Esta labor de consultoría, permite corregir apropiada y oportunamente dificultades, así como fortalecer áreas de oportunidad que permitan aprovechar sosteniblemente los recursos y productos como destino turístico.

El propósito de este diagnóstico turístico es, valorar a través de una apreciación rigurosa, que Nahuizalco conocido como la *“Cuna de la cultura artesanal”* posee un potencial de desarrollo turístico que justifique propuestas de fortalecimiento, orientadas al aprovechamiento de oportunidades, la superación de obstáculos internos y de un conjunto de variables propias del *Sistema Turístico*. Para el éxito de esta diagnosis, es esencial el grado de compromiso e involucramiento activo por parte de las autoridades turísticas del municipio, como también de la *metodología utilizada* relacionada con la recolección, acumulación y tratamiento de la información obtenida en campo, que permita una adecuada interpretación de la realidad de la práctica turística. Esta consultoría contará una combinación participativa del proceso, sin embargo será responsable directo por el grueso de trabajo que representa este diagnóstico.



La labor comienza por medio de un *diagnóstico preliminar* como fase inicial de esta consultoría, lo que constituyen premisas provisionales que limitan la práctica turística de Nahuizalco (*Pérdida de la identidad cultural, deterioro de la Lengua Náhuat y costumbres ancestrales, inconformidad de la calidad turística, limitada generación de empleo, debilitamiento de la competitividad turística cultural, insostenible desarrollo local, reducida dinámica de la oferta turística y una demanda de paso, entre otros*); las que serán sustituidas por respuestas definitivas al finalizar este análisis. El estudio se fundamenta en un marco teórico conceptual claro, lo que garantiza una amplia investigación de campo por su propia naturaleza, recopilando y analizando datos relacionados con el *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*.

Esta diagnosis se realizó mediante un estudio metodológico y estratégico, con una rigurosa radiografía del análisis interno del Sistema Turístico (*demandas, destino, recursos, atractivos, productos, actores, gobernanza, otros*); su competitividad y del análisis de variables en su entorno externo. Una etapa donde se establece y evalúa la situación actual, dejando en evidencia y al descubierto los puntos críticos expresados por los efectos del problema, sin embargo se enfatiza en las causas y no en sus consecuencias. Las conclusiones y recomendaciones que se deriven, serán aquellas que tengan interés por parte de las autoridades turísticas del municipio que orienten el fin de fortalecer su práctica turística. No se omite manifestar la existencia de algunas dificultades o riesgos durante este proceso de consultoría, como: *costos, inseguridad, prolongación de tiempo, toma de decisiones ambiguas, riesgo de reunir datos interesantes pero innecesarios, pasar por alto hechos esenciales e ignorando algunas dimensiones importantes del problema o de nuevas oportunidades turísticas*.

Un buen diagnóstico es pertinente para la propuesta y la eficacia de su implantación, por lo que sus resultados se convierten en una valiosa herramienta de evaluación turística, como fuente directa de información y punto de partida; que permite crear los cimientos sobre los cuales el *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco (como autoridad primaria turística)*, pueda lograr los objetivos de este proyecto de consultoría; mediante la cooperación y el diálogo entre la población y agentes turísticos locales participantes. La propuesta resultante de este estudio (*estrategias o alternativas*) permitirá fortalecer la práctica turística del municipio como destino, aprovechando de forma competitiva, sostenible y creciente, el potencial de la cultura *Náhuat-Pipil* como alternativa turística diferenciadora. Un eje turístico cultural que dinamizará como atenuante de pobreza, el beneficio, sustento y desarrollo *económico-social*; que mejore la calidad de vida de sus habitantes.

Este informe de diagnóstico es de uso informativo de las autoridades turísticas y municipales de Nahuizalco, por lo que no puede ser utilizado para otros propósitos.

Los consultores:

MSc. y Lic. Carlos Ernesto López Lazo

Maestrantes en Consultoría Empresarial (MAECE-UES)

Ing. Rosario Evelyn Perdomo Orellana



Proyecto de Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural
Náhuat-Pipil del municipio de Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador. CA.



Blanco



De la Cruz

MUSEO COMUNITARIO
NÁHUAT, PIPIL
NAHUIZALCO



De la Cruz



De la Cruz

INFORME DE DIAGNÓSTICO



Comerciantes de origen indígena *Náhuat-Pipil*, ofertando productos agrícolas y artículos artesanales como parte del Tejido productivo del Municipio de Nahuizalco, localizados al costado oriente de la Alcaldía Municipal muy cercano al mercado y el parque central. *Fotografía propia de los consultores. Nahuizalco; enero 2017.*

PROYECTO DE CONSULTORÍA

**FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
NÁHUAT-PIPII, EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO,
SONSONATE, EL SALVADOR.**

JUNIO 2017



INFORME DE DIAGNÓSTICO

CONSULTORÍA -SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPI

I. GENERALIDADES DE LA CONSULTORÍA	5
II. INTRODUCCIÓN	5-7
1) Contexto Introdutorio de Diagnóstico	5
2) Referencia de diagnóstico sobre la práctica turística de Nahuizalco.....	6
III. OBJETIVO DE DIAGNÓSTICO	7
IV. PROYECTO DE DIAGNÓSTICO	7-11
1) Propósitos del Diagnóstico Turístico Cultural.....	7
2) Alcance y enfoque de Diagnóstico	8
3) Metodología diagnóstica. <i>Una analogía de la ciencia médica</i>	8
4) Intervención de la Consultoría dentro de la Cultura Náhuat-Pipil	10
V. CLASIFICACIÓN DE DATOS EN FASE DE DIAGNÓSTICO (CRITERIOS) ..	11
VI. DISEÑO ESTRUCTURAL DEL DIAGNÓSTICO	12
VII. FASES DEL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPI	13
VIII. FASE DE PRE-DIAGNÓSTICO (<i>Marco Referencial</i>).....	14
IX. FUNDAMENTO DE UN MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	15-22
1) Perspectivas y propósitos de la Industria Turística	15
2) Dificultad y afinidad relacional entre <i>turismo y cultura</i>	16
3) Turismo Cultural (<i>un ensayo de su definición</i>)	17
4) Sistema Turístico Cultural (STC)	18
5) Factores condicionantes del potencial turístico de los recursos culturales	19
6) Del producto a la experiencia turística cultural.....	19
7) Comercialización del turismo cultural	19
8) Expresiones del patrimonio cultural inmaterial.....	19
9) Artesanía, gastronomía y otras tradiciones.....	20
10) Determinantes de la Oferta Turística Cultural.....	21





11) Turismo Naranja: <i>Una forma diferente de apreciar el turismo cultural</i>	21
12) Modelo de Turismo Cultural Sostenible	21
13) Políticas públicas (<i>Gobernanza</i>) del turismo cultural	22
X. ANAMNESIS DIAGNÓSTICA (<i>Metodología de Investigación</i>)	22
XI. DIAGNÓSTICO-GENERALIDADES	24-30
1) Diseño estructural del diagnóstico Turístico Cultural de Nahuizalco	24
2) Ubicación y descripción geográfica	24
3) Nahuizalco en el <i>SIGMuni</i>	25
4) Tejido productivo y empresarial de Nahuizalco	27
5) Nahuizalco, dentro del mapa de violencia nacional	29
6) Consideraciones previas al análisis interno de diagnóstico	29
XII. ANÁLISIS DE DIAGNÓSTICO INTERNO	30-43
1) Nahuizalco y su dificultad relacional entre <i>el turismo y la cultura</i>	31
2) Impactos del Turismo Cultural	32
3) Análisis del Sistema Turístico Cultural (<i>STC</i>) de Nahuizalco	33
4) Análisis de la demanda turística cultural <i>Náhuat-Pipil</i>	33
5) Competitividad turística cultural de Nahuizalco	35
6) Marca Municipio <i>Náhuat-Pipil</i>	35
7) Determinantes de la Oferta Turística Cultural de Nahuizalco	36
8) Políticas Públicas (<i>Gobernanza</i>) del turismo cultural	38
9) Análisis de causas del Sistema Turístico Cultural <i>Náhuat-Pipil</i>	40
10) Identificación y evaluación de factores internos	41
11) Consideraciones sobre análisis de diagnóstico interno	41
XIII. DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO (EXTERNO)	43-45
1) Segmentos del entorno del <i>STC</i> de Nahuizalco	43
2) Factores externos <i>PESTT</i>	43
3) Dimensiones o variables utilizadas para el análisis <i>PESTT</i>	44
4) Matriz <i>PESTT</i> para el diagnóstico del <i>STC</i> de Nahuizalco	45
5) Identificación y evaluación de factores externos	45



XIV. ANÁLISIS Y ELECCIÓN DE ESTRATEGIAS TURÍSTICAS	46-50
1) Modelo analítico para la formulación de estrategias turísticas	46
2) Matriz de Perfil Competitivo Turístico de Nahuizalco (MPCT)	47
3) Análisis de FODA TURÍSTICO CULTURAL (Participativo-Colaborativo)	48
4) Posición Estratégica y Evaluación de Acción Turística (PEEAT)	49
5) Consideración de previsiones y tendencias en la selección de estrategias	50
XV. ANÁLISIS DE BRECHA DE CONSULTORÍA (GAP)	50
XVI. REFUTACIONES A HIPÓTESIS DE CONSULTORÍA	51
XVII. CONSIDERACIONES DEL INFORME DE DIAGNÓSTICO	52
ANEXOS	52

Índice de Tablas

Tabla 1. Metodología del diagnóstico turístico cultural Náhuat-Pipil	9
Tabla 2. Etapas del diagnóstico Turístico Cultural de Nahuizalco	13
Tabla 3. Diferentes perspectivas del turismo	15
Tabla 4. Atributos humanos del turismo	16
Tabla 5. Diferencias entre el Sector Cultural y el Sector Turístico	16
Tabla 6. Tipos básicos de turismo cultural	18
Tabla 7. Ámbitos del Patrimonio Cultural Inmaterial	20
Tabla 8. Tradiciones consideradas como parte del patrimonio cultural inmaterial	20
Tabla 9. Impactos del Turismo Cultural en el municipio de Nahuizalco	32
Tabla 10. Modelo analítico para la formulación de estrategias turísticas	46

Índice de Figuras

Figura 1. Ubicación geográfica del municipio de Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador	24
Figura 2. Mapa de El Salvador sobre la plataforma virtual SIGMuni	25
Figura 3. Mapa geográfico del departamento de Sonsonate, El Salvador	26
Figura 4. Mapa geográfico del Municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate	26
Figura 5. Diagnóstico de los Factores Internos del STC de Nahuizalco	30
Figura 6. Diagnóstico Turístico Cultural Externo Náhuat-Pipil de Nahuizalco	44
Figura 7. Diagrama estructural del Diagnóstico FODA del STC de Nahuizalco	48



INFORME DE DIAGNÓSTICO

PROYECTO CONSULTORÍA

"FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII DEL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE, EL SALVADOR"

I. GENERALIDADES DE LA CONSULTORÍA

Objetivo	Promover estrategias que fortalezcan la práctica turística del municipio, aprovechando de forma competitiva, sostenible y de forma creciente; el potencial de la cultura Náhuat-Pipil; como un eje que permita dinamizar el beneficio, sustento y desarrollo económico-social, siendo un atenuante de pobreza, que mejore la calidad de vida de sus habitantes, y ser una alternativa turística diferenciadora de la Ruta de Las Flores y Ruta Náhuat Pipil a nivel nacional e internacional.
Área de Experticia	Turismo Cultural Náhuat-Pipil
Inicio de Consultoría	Septiembre 2015 (Aprobación de Anteproyecto Académico)
Periodo de Diagnóstico	Octubre 2015 a Marzo 2017
Tiempo de la Consultoría	Periodo de consultoría (Septiembre 2015 a Junio 2017)
Autoridad Responsable	Asociación de Desarrollo Turístico (ADT) de Nahuizalco
Lugar de destino	Casco Urbano Histórico Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador

II. INTRODUCCIÓN

1) Contexto Introductorio de Diagnóstico

El diagnóstico es la segunda fase de este proceso de consultoría (*previo el análisis referencial y teórico*), sin embargo constituye la primera fase plenamente operativa, con un alcance que supera la simple recopilación y análisis de datos. El objetivo es examinar de forma detallada y a fondo, el (los) problema(s) que afronta el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco y los objetivos que se pretenden alcanzar por las autoridades turísticas del municipio; con la finalidad de situar al descubierto los factores y las fuerzas que ocasionan el problema, la capacidad potencial para efectuar cambios y preparar la información necesaria para decidir cómo se ha de orientar el trabajo encaminado a la solución con eficacia, la que se circunscribe a determinados datos y se concentra de manera coherente con los objetivos de este proyecto de consultoría.¹

"El médico competente, antes de dar una medicina a su paciente, se familiariza no sólo con la enfermedad que desea curar, sino también con los hábitos y la constitución del enfermo".

Marco Tulio Cicerón

¹ Apoyado en Kubr Milan. (2012). *La Consultoría de Empresas: Guía para la profesión. Capítulo 8. Diagnóstico*. Organización Internacional del Trabajo. 3a ed. (Revisada). México, D.F. Editorial Limusa S.A. Grupo Noriega Editores, p.187-228.



2) Referencia de diagnóstico sobre la práctica turística de Nahuizalco

Este diagnóstico turístico se desarrolla al occidente de la República de El Salvador, específicamente en la ciudad de Nahuizalco, municipio perteneciente al departamento de Sonsonate. Este estudio corresponde a dos líneas base:

- **Espacio territorial:** Histórico casco urbano del municipio de Nahuizalco
- **Corte Temporal:** a un momento determinado como situación del destino turístico. (*Octubre 2015 a Marzo 2017*).

Es papel primordial de este diagnóstico, el estudio minucioso sobre la práctica del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*; es decir conocer a profundidad la condición actual y las tendencias en la industria del turismo de este histórico y cultural municipio, tarea que se realiza mediante la ejecución de una serie de herramientas sobre la base de datos recopilados y ordenados sistemáticamente, producto de diversos estudios de campo que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando con su práctica turística.

El diagnóstico de esta consultoría, no es un fin en sí mismo, sino que es el primer paso esencial para conocer la situación real de la actividad turística de Nahuizalco; un proceso metódico que permite el análisis; identificando y descubriendo problemas para corregirlos apropiada y oportunamente; así como fortalecer las áreas de oportunidad del Sistema Turístico, aprovechando sosteniblemente los recursos y productos como destino.

Esta diagnosis es el resultado de las recurrentes visitas realizadas a este municipio cultural, sus partes esenciales y factores de éxito se fundamentan sobre:

- *La metodología utilizada:* Actividades relacionadas con la recolección, acumulación y tratamiento de la información obtenida en campo; la cual sigue dos corrientes: los métodos tradicionales de investigación como entrevistas y cuestionarios (*a visitantes, actores y autoridades turísticas*) y los utilizados desde la consultoría (*observación*). Todo ello permite una adecuada interpretación de la realidad de la práctica turística de Nahuizalco, propuestas de fortalecimiento y alternativas factibles para la solución de los problemas que se identifiquen.
- El imprescindible apoyo, colaboración y acompañamiento de esta consultoría por los diversos miembros de las autoridades turísticas del municipio: CCM (Comité de Competitividad Municipal) y CDT (Comité de Desarrollo Turístico), Casa de la Cultural Municipal, como también de empresarios y artesanos del casco urbano; actores y conocedores del *Sistema Turístico Cultural (STC)*, en la que aprovechando sus experiencias, vivencias, comentarios y aportes en general; se desarrollaron entrevistas y encuestas, evaluando factores identificados de su práctica turística relacionados con temáticas en: lo Político, Económico, Infraestructura, Oferta (*Destino, mercado, producto...*) y demanda, organización y entorno turístico-cultural.



Como resultado, este diagnóstico se convierte en una valiosa herramienta de evaluación turística, como fuente directa de información y punto de partida; que permite crear los cimientos sobre los cuales el Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco, como autoridad turística primaria, pueda lograr los objetivos de desarrollo como destino turístico; mediante un conjunto de propuestas o alternativas de fortalecimiento del *Sistema Turístico Cultural*, producto de esta consultoría; y definir las bases de una estrategia de desarrollo turístico responsable, sostenible y creciente, fruto de la cooperación y el diálogo entre la población y los diferentes agentes locales participantes, que conlleven como resultado principal; *mejorar la calidad de vida de sus habitantes*, a través de un proceso dinamizante de inversión pública y privada.

III. OBJETIVO DE DIAGNÓSTICO

Examinar a profundidad la práctica turística cultural de Nahuizalco, considerando para ello las relaciones entre los problemas existentes y los objetivos que pretendan alcanzar las autoridades en tema de turismo, dejando al descubierto factores (*internos y externos*) que orienten capacidad potencial de cambios encaminados a resolverlos de forma efectiva.

IV. PROYECTO DE DIAGNÓSTICO

1) Propósitos del Diagnóstico Turístico Cultural

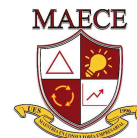
El presente diagnóstico, busca valorar a través de una apreciación rigurosa, que Nahuizalco conocido como la “*Cuna de la cultura artesanal*”,² posee un potencial de desarrollo turístico que justifique propuestas de fortalecimiento; orientadas al aprovechamiento de oportunidades y la superación de obstáculos internos, tomando en cuenta determinantes de la oferta turística (*Destino, recursos, producto, mercado, actores...*), la demanda y su perfil, competitividad, tendencias de la industria turística y del mercado, como también un conjunto de variables del Sistema Turístico del Municipio.

El desarrollo de este diagnóstico, se concentra básicamente en la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística de Nahuizalco como destino; desde un enfoque *físico- territorial*, analizando los componentes de su estructura, así como de su entorno cultural. Esta evaluación juntamente con el análisis y síntesis de la práctica turística, establecen su situación actual y tendencias para el futuro.

Este diagnóstico turístico de Nahuizalco conlleva tres propósitos concretos:

- i. Definir la situación actual del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco* en su espacio territorial y sus componentes (*Destino, recurso, actores, producto, gobernanza, otros*).
- ii. Valorar a través de una evaluación rigurosa, que Nahuizalco posee un potencial de desarrollo turístico competitivo que justifique propuestas de fortalecimiento; orientadas al aprovechamiento de oportunidades y la superación de limitaciones.

² Nahuizalco es considerado uno de los cinco destinos artesanales a nivel nacional, le acompañan: Ilobasco-Cabañas (*Muñecos de Barro*), la Palma-Chalatenango (*Artesanía en madera*), San Sebastián-San Vicente (*Confección de textiles*) y Comasagua-La Libertad (*Flores Artesanales*). *Apud. El Diario de Hoy. Turismo. 5 Destinos Artesanales. Viernes, 2 junio 2017, p.84-85.*



- iii. Establecer una línea base que sirva de insumo para fundamentar propuestas de fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural, que establezcan la toma de decisiones por parte de la autoridad del Comité de Desarrollo Turístico Municipal (CDT), generando propuestas, estrategias y soluciones para su desarrollo.

2) Alcance y enfoque de Diagnóstico

Para esta consultoría, el alcance de diagnóstico se orienta en dos importantes enfoques.

- Orientación físico- territorial:** enfoca la caracterización geográfica del municipio de Nahuizalco, la identificación del entorno natural y cultural, la determinación del potencial turístico del territorio y la definición de unidades de análisis del STC.
- Orientación-Socioeconómico:** se estudiará la demanda con su capacidad de gasto turístico, empleos directos e indirectos generados por la actividad, la capacidad del destino para atraer inversión, bienestar de sus habitantes, entre otros.

El presente diagnóstico se enfoca en *las causas* y no en sus consecuencias:

Para lograr los objetivos esperados de esta consultoría, este diagnóstico se enfoca en las causas que limitan la práctica turística de Nahuizalco y no en sus consecuencias. Lo que se observa en el Sistema Turístico Cultural es la consecuencia de distintas causas: *Pérdida de la identidad cultural (Lengua y costumbres), inconformidad de la calidad turística, limitada generación de empleo, debilitamiento de la competitividad turística cultural, insostenible desarrollo local, reducida dinámica de la oferta turística y una demanda de paso;* son secuencias.

Lo que importa son las causas; diversas acciones que hacen que sucedan estos comportamientos. Esta consultoría tiene claro su propósito: *Fortalecer la práctica turística cultural del municipio de Nahuizalco (Organización, comprender el perfil del turista, formación de políticas de gobernanza, otros)*, el problema a evitar es orientarse en las causas incorrectas.

El diagnóstico se enfoca en la causa raíz de esta consultoría denominada: *Desaprovechamiento del potencial del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil*, por lo que la atención recae en el trabajo de *las causas* y no en sus propuestas de solución. Si el esfuerzo del diagnóstico se enfoca en las consecuencias se corre el riesgo de excluir posibles soluciones turísticas.

3) Metodología diagnóstica. *Una analogía de la ciencia médica*

Esta actividad de diagnóstico se adapta a la complejidad del problema del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, como a las características propias y actitudes de sus actores claves. La tarea comienza por medio de un diagnóstico preliminar como fase inicial de esta consultoría, lo que constituyen premisas provisionales que serán sustituidas por respuestas definitivas al concluir este diagnóstico. **La Tabla 1** resume la metodología del diagnóstico turístico cultural *Náhuat-Pipil*.

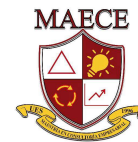


Tabla 1. Metodología del diagnóstico turístico cultural Náhuat-Pipil.

Metodología Diagnóstica	Descripción	Estrategias
Razonamiento de diagnóstico	Infunda el rumbo, el espíritu y el instinto clínico de esta consultoría.	Se rige por los principios de la lógica. Su razonamiento recae en inferencias <i>deductivas, inductivas y estadísticas</i>
Estrategias diagnósticas	Secuencia de actividades realizadas con el propósito de identificar qué ocurre con la práctica turística cultural de Nahuizalco.	<p>Sistemática o exhaustiva: Selección y recolección de datos (<i>Entrevistas, Encuestas y Observación</i>).</p> <p>Algorítmica: Evoluciona a lo largo de una de varias ramas posibles, que determina la conducta que debe seguirse hasta llegar al diagnóstico correcto. (<i>Matriz FODA³, Modelo de Espina de Pescado de Ishikawa, metodología PEST⁴</i>).</p>
Principios diagnósticos del Sistema Turístico	<ul style="list-style-type: none"> Las manifestaciones culturales siempre son explicables por la práctica turística. Cualquier intento por definir el <i>turismo</i> se debe tomar en consideración a los diversos grupos que participan. (<i>Una visión holística de sistema</i>). <i>Cultura</i> y <i>turismo</i> son términos que concentran un amplio debate, un binomio simbiótico cada vez más fuerte en la industria turística. El turismo cultural es tan plural y heterogéneo como lo son los turistas y las expresiones y manifestaciones culturales que lo sustentan. 	
Clasificación de diagnóstico	El diagnóstico turístico cultural de Nahuizalco, implica el conocimiento de sus condiciones reales, donde no se debe perder de vista que en un espacio turístico confluyen elementos internos (<i>características del municipio, su patrimonio histórico cultural, infraestructura, otros</i>) y externos (<i>condiciones del entorno regional, nacional, y su legislación</i>). Para ello se elabora una metodología diagnóstica.	<p>Anamnesis⁵: Recolección de datos mediante técnicas (<i>cuestionarios, entrevistas y observación</i>). Base fundamental e insustituible, que representa la mitad del diagnóstico turístico cultural.</p> <p>Análisis e interpretación de los resultados: Se presentan de forma exhaustiva, gráficos estadísticos y sus respectivos análisis (<i>Turistas de la Ruta de Las Flores y del municipio de Nahuizalco; percepciones mediante entrevistas realizadas a las autoridades municipales, empresarios, artesanos y habitantes</i>).</p> <p>Exploración de campo (examen físico): Numerosas visitas de campo efectuadas a lo largo del casco urbano de Nahuizalco y <i>Ruta de Las Flores</i>.⁶</p>
Premisa fundamental de Consultoría		
<i>Elaborar un documento de consultoría sobre el fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural, como propuesta al Comité de Desarrollo de Nahuizalco (CDT); para aprovechar de forma competitiva y sostenible el potencial de la cultura Náhuat-Pipil del municipio.</i>		

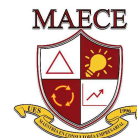
Fuente: elaboración propia.

³ La sigla **FODA**, es un acrónimo de **Fortalezas** (*factores críticos positivos con los que se cuenta*), **Oportunidades**, (*aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas*), **Debilidades**, (*factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir*) y **Amenazas**, (*aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos*).

⁴ La herramienta **PEST**; una abreviatura de factores **Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos**, pone el foco en todos aquellos elementos que conforman el entorno. Generalmente útil cuando se usa con otras herramientas como FODA.

⁵ Disciplina médica empleada para referirse a la información proporcionada por el propio paciente durante una entrevista clínica, con el fin de incorporar dicha información en su expediente.

⁶ El omitir este apartado en la consultoría, en muchas ocasiones en un fracaso de diagnóstico anunciado.



Para la realización de esta fase diagnóstica es esencial el grado de involucramiento y participación activa por las autoridades turísticas de Nahuizalco, donde la actuación de esta consultoría tendrá una mezcla impulsadora del proceso, sin embargo tendrá responsabilidad por el grueso de trabajo que representa ampliamente este diagnóstico. Esta consultoría puntualiza el estado actual de la práctica turística de Nahuizalco, utilizando la analogía del diagnóstico médico, que resume todo lo que en la actualidad se sabe acerca del que hacer turístico, las bases lógicas del mismo y, en forma didáctica y metodológica, las estrategias con que se logra llegar a este riguroso análisis.⁷

4) Intervención de la Consultoría dentro de la Cultura *Náhuat-Pipil*

Esta consultoría en su intervención como apoyo a las autoridades turísticas de Nahuizalco sobre el fortalecimiento de su práctica turística, es consciente de la existencia de la cultura *Náhuat-Pipil*. Una práctica ancestral que define su identidad histórica, no solamente de este municipio sino de diversas poblaciones del territorio nacional; la que comprende un sistema de valores, creencias y tradiciones de origen indígenas colectivamente compartidas y que son el atractivo motivante de una variedad de turistas. En el desarrollo del presente diagnóstico, se advierte la considerable influencia que la cultura *Náhuat-Pipil* ejerce sobre el funcionamiento del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, la que resulta difícil de identificar y captar de forma comprensiva.⁸

Esta cultura tiene sus raíces: en las condiciones básicas de la vida cotidiana de sus habitantes (*Artesanos, agricultores, comerciantes del turismo, autoridades públicas, otros*); incluidas sus infraestructuras, su medio ambiente natural, el clima y las formas de ganarse la vida de las personas; así como su patrimonio histórico que tiene como referente los sucesos de *la matanza de indígenas campesinos de 1932*; todo esto se incluye en su museo que interactúa con otros pueblos circundantes y con similares culturas. Esta particular *cultura*, no tiene una descripción precisa o específica que incluye: *tradiciones, costumbres y prácticas indígenas* sobre los que normalmente no se hablan, esto no permite tener conciencia de su comprensión por parte de los visitantes y hasta por sus mismos habitantes, su aprendizaje no es estructural⁹. Esta consultoría advierte que, aunque se experimente destacada participación en la esfera técnica del turismo en general, afrontará este problema natural en la comprensión de la cultura. Para tener una base firme de entendimiento y comprensión de la cultura *Náhuat-Pipil*, fue necesario con el interés requerido, adquirir conocimientos por medio de lecturas selectas y conversaciones con los lugareños de Nahuizalco y alrededores de la *Ruta de Las Flores*.

⁷ Es importante advertir el papel de la experiencia y estudio constante; el conocimiento adquirido como otras virtudes para llegar a ser un experto en el diagnóstico turístico, capacidad que debe ser un atributo del consultor para desempeñarse con probabilidades de éxito en la práctica diagnóstica.

⁸ Kubr Milan. *La Consultoría de Empresas: Guía para la profesión* (2012:129) comenta: Para que una consultoría de este tipo tenga éxito, se debe tener experiencia en lo cultural y en trabajo social más que conocimientos de técnicas de gestión refinadas, además de ser paciente, poder vivir y actuar en condiciones de imperfección e incertidumbre, saber cómo mejorar la utilización de recursos locales limitados y aplicar una dosis de imaginación para idear soluciones que no encuentran en manuales.

⁹ Estos valores, tradiciones y creencias se han formado a lo largo de generaciones que se adquieren de manera inconsciente (*La lengua Náhuat es un ejemplo de un aprendizaje generacional sin estructuras de aprendizaje*).



Una consultoría que no viva y actué en una cultura diferente de la suya tendrá dificultades para percibir y comprender el pleno significado y la fuerza de otra cultura, así como la función de factores que pueden ser desconocidos en su propio entorno cultural. Es preciso mencionar que, para el desarrollo de este diagnóstico de consultoría, se conserva una actitud de respeto y tolerancia por arraigada cultura que es muy importante para Nahuizalco, ya que representa en la preferencia de sus habitantes y visitantes un fuerte componente emocional, sobre todo en las tradiciones de pueblos indígenas que trascienden en lo espiritual. Esta expresión cultural se caracteriza en todo un país, considerándose una cultura nacional con representación de pueblos indígenas étnicos y lingüísticamente homogéneos, que solicitan dignidad y respeto hacia sus prácticas, y en donde la mayoría de pueblos indígenas salvadoreños se niegan a desaparecer (*solicitan no ser olvidados y que les reconozcan sus raíces ancestrales*). En este diagnóstico como en la cultura de Nahuizalco, la lengua *Náhuat-Pipil* desempeña un papel destacado, sus raíces culturales se describen y derivan en acrónimos o palabras de esta lengua y es un vehículo para el funcionamiento y la interacción de otras culturas.

Durante la intervención de esta consultoría, se ha considerado una actitud prudente de manera auténtica y sincera al compartir los valores y creencias con los principales actores turísticos de Nahuizalco, se ha convivido con ellos, se ha observado su práctica turística, se realizaron conversaciones producto de entrevistas en formato libre y participativo; este diagnóstico es el resultado de una fuerte colaboración de sus actores. Esta conducta refleja un ambiente de confianza entre miembros del *Comité de Competitividad Municipal* y *Comité de Desarrollo Turístico*. Las conclusiones y recomendaciones de que se deriven de este diagnóstico, serán aquellas que tengan interés por parte de las autoridades turísticas del municipio y que orienten el fin de mejorar a la mayoría de sus habitantes en su desarrollo social, más que rendimientos estrictamente económicos.

Esta consultoría, realiza el trabajo de diagnóstico con clara conciencia de estar expuestos a las siguientes dificultades: problemas de índoles diversas (*costos, inseguridad, prolongación de tiempo, otros*), toma de decisiones ambiguas, riesgo de reunir datos interesantes pero innecesarios, pasar por alto hechos esenciales e ignorando algunas dimensiones importantes del problema o de nuevas oportunidades turísticas.

V. CLASIFICACIÓN DE DATOS EN LA FASE DE DIAGNÓSTICO (*CRITERIOS*)

Para la clasificación de datos de este diagnóstico, se determinan dos criterios:

- i. En función de la ***Estructura del Sistema Turístico de Nahuizalco***: examinado los problemas y oportunidades de sus componentes esenciales, enfatizando la demanda turística y los determinantes de la oferta (*Destino, recurso, producto, mercado, uso, gobernanza, otros*) y demás partes del *Sistema*, describiendo comportamientos futuros y las ideas o soluciones relacionadas.
- ii. En la ***responsabilidad de actores claves del Sistema Turístico***: entrevistando la percepción de los miembros del: Comité de Competitividad Municipal, Comité de Desarrollo Turístico y las Unidades Productivas ofertantes del municipio (*UPO*).



VI. DISEÑO ESTRUCTURAL DEL DIAGNÓSTICO

Por la naturaleza de esta consultoría, este diagnóstico turístico cultural presenta el siguiente diseño estructural (*Ver Capítulo III de esta consultoría*).

- i. **Descripción Geográfica:** el diagnóstico se desarrolla en la ciudad de Nahuizalco, municipio que se ubica geográficamente en el departamento de Sonsonate (*zona turística por excelencia*). Se dimensiona su geografía territorial a través del *SIGMuni* en el desarrollo y administración de mapas geográficos en lo referente a la situación poblacional del municipio y su caracterización *socio-económica*.
- ii. **Tejido Productivo-Empresarial:** Nahuizalco se describe como una de las poblaciones indígenas artesanales, con ricas tradiciones, historias culturales y religiosas, más arraigadas del país. Este pueblo emerge su tejido productivo en la *agricultura, artesanías de fibras naturales y de madera, turismo cultural*, y el tejido empresarial a través del comercio y servicio. Los recursos culturales son el atractivo base de su práctica turística.
- iii. **Análisis Interno del Sistema Turístico:** comprende el estudio integral del STC de Nahuizalco infundada en un enfoque de sistema que suma todas las posibles relaciones e interacciones. El análisis comprende: la relación Turismo-Cultura, marca municipio, el estudio del perfil de la demanda, la competitividad turística y un análisis riguroso de los determinantes de la oferta turística (*destino, recursos culturales, productos, actores, mercado, gobernanza, patrimonio cultural*). Los resultados ayudan a identificar factores internos (*Fortalezas y Debilidades*).
- iv. **Análisis del entorno (Externo):** comprende la descripción de la situación actual y tendencias, de diferentes aspectos del entorno externo, de las que no tiene control pero que inciden directamente en el desempeño del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*. Este diagnóstico utiliza como base el modelo **PESTT**; un acrónimo para el análisis sistemático de factores *Políticos, Económicos, Socio-Culturales, Tecnológicos, y Tendencias del futuro turístico*. Los resultados ayudan a identificar factores externos (*Amenazas y Oportunidades*) del entorno turístico de Nahuizalco.
- v. **Análisis Estratégico de Resultados:** mediante la ejecución de una serie de herramientas de análisis, de forma sistemática se analizan los resultados: análisis de causas mediante el *Diagrama de Ishikawa*. Matriz de Evaluación Interna y Externa (*MEFI y MEFE*), le acompaña también un **FODA** participativo de importancia para la formulación de propuestas. La posición estratégica competitiva (*PEEAT*), la matriz de perfil competitivo (*MPCT*) y el análisis de brechas (*GAP*).
- vi. **Respuestas o refutaciones a las hipótesis formuladas:** la investigación contiene carácter cualitativo, por lo tanto, debe tener una respuesta cualitativa para contrastar.
- vii. **Informe de diagnóstico:** documento técnico que informa al Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco, mediante un informe técnico de los resultados de este diagnóstico y planteamiento de propuestas de fortalecimiento turístico



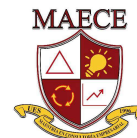
VII. FASES DEL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO CULTURAL NÁHUAT-PIPII

El diagnóstico del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco* se realiza en tres etapas principales, su éxito es una responsabilidad compartida entre las autoridades turísticas y los consultores responsables (**Ver Tabla 2**). Un buen diagnóstico es pertinente para la propuesta y la eficacia de su implantación.

Tabla 2. Etapas del diagnóstico Turístico Cultural de Nahuizalco

ETAPAS DEL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO CULTURAL	
Responsabilidad y Relación Participativa	RELACIÓN PARTICIPATIVA DEL DIAGNÓSTICO
Autoridades Turísticas y Consultores MAECE-UES	DIAGNÓSTICO PRELIMINAR-MARCO REFERENCIA La tarea comienza por medio de un <i>diagnóstico preliminar</i> como fase inicial de esta consultoría, lo que constituyen premisas provisionales que serán sustituidas por respuestas definitivas al concluir este diagnóstico (Ver Capítulo I Marco Referencial de esta Consultoría).
	MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL Este diagnóstico se fundamenta en un marco teórico conceptual claro (<i>expuesto en Capítulo II de esta Consultoría</i>) lo que garantiza una investigación amplia por su propia naturaleza, recopilando y analizando datos relacionados con el <i>Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i> .
Consultores MAECE-UES	ETAPAS DIAGNÓSTICO TURÍSTICO
Autoridades Turísticas y Consultores MAECE-UES	ETAPA 1. Anamnesis-Recolección de datos (<i>Cuestionarios, Entrevistas y Observación</i>) Disciplina metodológica de investigación empleada para referirse a la información proporcionada y datos recolectados mediante <i>cuestionarios, entrevistas y observación</i> . Base fundamental e insustituible, que representa la mitad del diagnóstico turístico cultural.
	ETAPA 2. Análisis Interno del STC y tendencias de entorno Para descartar o identificar causas y oportunidades de la práctica turística de Nahuizalco, se desarrolla el diagnóstico mediante el siguiente orden: <ul style="list-style-type: none">• Generalidades de diagnóstico: Comprende metodología, diseño estructural, descripción geográfica, caracterización, riqueza cultural, otros.• Análisis interno del STC: Comprende situación actual y tendencias, <i>análisis de causas y evaluación de Fortalezas y Debilidades</i>.• Un estudio del entorno turístico: comprende la descripción de la situación actual y tendencias, de diferentes aspectos del entorno externo mediante la metodología <i>PESTT</i> y evaluación de <i>Oportunidades y Amenazas</i>.• Análisis Turístico Estratégico: Utilización de Herramientas con un marco estratégico que evalúa a profundidad y rigor el escenario turístico de este histórico municipio.• Refutaciones de Hipótesis formuladas: Respuesta a formulación de hipótesis en diagnóstico preliminar del Marco Referencial.
Consultores MAECE-UES	ETAPA 3. Informe de Diagnóstico Informe que detalla un examen de <i>las conclusiones principales</i> , y como orientar la solución del problema , lo que indica que la misión de consultoría continúa con la <i>PROPUESTA</i> ...

Fuente: elaboración propia.
A continuación se desarrolla cada una de las etapas comprendidas en la tabla anterior



VIII. FASE DE PRE-DIAGNÓSTICO (*Marco Referencial*)¹

La consultoría comienza por medio de un diagnóstico preliminar como fase inicial, constituido por un conjunto de premisas provisionales las que posteriormente serán sustituidas por respuestas definitivas al concluir este diagnóstico. Nahuizalco es un pueblo cultural, ubicado entre cerros y coloridas montañas, pleno de historia, costumbres y leyendas. Esta cuna cultural *Náhuat-Pipil*² está representada por recursos naturales que imponen su belleza, infraestructuras arquitectónicas coloniales, laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbre para sus artesanías, pobladores fieles a sus fuertes costumbres religiosas y atención cálida con sus visitantes; que junto a sus tradiciones y cultura, hacen de Nahuizalco en un verdadero *corazón turístico cultural*. Por ello este histórico municipio se encuentra en el *corazón* del recorrido de dos principales rutas turísticas del país: “*Las Flores*” y “*Náhuat-Pipil*”, por ser uno de los más reconocidos y antiguos núcleos indígenas de El Salvador, en donde aún existen vestigios patentes de la cultura *Pipil* y de su habla, el *Náhuat*.

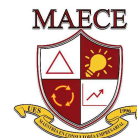
La cultura (*Náhuat-Pipil*) a la que se aferran sus pobladores indígenas, es una mezcla de elementos culturales ancestrales que describen sus diversas expresiones y manifestaciones que los hace únicos como identidad y que se generalizan en la cultura popular salvadoreña: algunos aún se conservan o tienden a rescatarse ante su pérdida y otros se reinventan a través *de la memoria*, que en la actualidad aviva a un pueblo que se reencuentra y repiensa turísticamente a partir de sus productos culturales *Náhuat-Pipil*. El **anexo 1** describe sintéticamente el contenido del marco referencial de esta consultoría.

Antes de iniciar con el diagnóstico turístico, se realizaron las siguientes consideraciones:

- Fue necesario **revisar el problema general planteado**, advirtiendo ajustes, sobre todo: en los objetivos de las Autoridades Turísticas de Nahuizalco sobre esta consultoría; justificado por recientes incrementos de circuitos turísticos, cambios del Programa de *Pueblos Vivos* y la dinámica de *la cultura* dentro de la industria turística, entre otros.
- Desde la primera visita de esta consultoría, **se asienta en la marcha un proceso de cambio, produciendo gradualmente efectos positivos** con los actores turísticos principales, autoridades municipales, comerciantes y artesanos; obteniendo de ellos colaboración, participación y aprendizaje activo en esta tarea; promoviendo que son a ellos a quienes atañe el problema por lo que estarán dispuestos a los cambios necesarios, aprendiendo a diagnosticar los problemas y oportunidades por sí mismos.
- La participación activa de miembros del *Comité de Desarrollo Turístico* de Nahuizalco (*institución delegada por las autoridades municipales en apoyo de la intervención de la consultoría*), como personalidades de *Comité de Competitividad Municipal* y hasta la Participación del señor alcalde Dr. Jorge Patriz; evidencian la **capacidad potencial de aprovechar oportunidades y resolver los problemas turísticos del municipio**.

¹ Ver Capítulo I *Marco Referencial* de consultoría.

² Para propósitos de esta consultoría, *Náhuat-Pipil*; hace referencia a la herencia cultural indígena y los valores ancestrales como: su lengua *Náhuat*, actividades culturales y religiosas, tradiciones, costumbres y su historia; que son propias de la cultura *Pipil*, un pueblo indígena que habita la zona occidental y central de El Salvador, y que la diferencia como una cultura nativa.



IX. FUNDAMENTO DE UN MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

El presente diagnóstico se fundamenta en un marco teórico conceptual claro (*expuesto en capítulo II de esta Consultoría*),³ lo que garantiza una amplia investigación por su propia naturaleza, recopilando y analizando datos relacionados con el *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*; este diagnóstico se concentra en los objetivos de las autoridades turísticas del municipio, y en principio no incluye la puesta en práctica de la propuesta, sino como base esencial de esta, pone al descubierto las causas del problema y analiza las posibles soluciones.

El marco teórico conceptual de esta consultoría se fundamenta en los siguientes acápites:

1) Perspectivas y propósitos de la Industria Turística

La consultoría emprende un viaje en el ramo del turismo cultural, en la que si diversos expertos planificadores y futuristas están en lo correcto, se estaría preparando para el desarrollo de la industria más grande del mundo. El turismo es creciente, dinámico y de rápidos cambios; con novedades constantes en: *actividades, destinos, tecnologías y mercados*. Un número sin precedente de turistas viajan atraídos por una variedad de productos, generando desarrollo y transformando las comunidades locales. Este diagnóstico turístico advierte las diferentes perspectivas del turismo (*Ver tabla 3*):

Tabla 3. *Diferentes perspectivas del turismo*

Participantes	Perspectiva del turismo
El turista	Busca diversas experiencias y satisfacciones intelectuales y físicas. La naturaleza de éstas determinará el lugar elegido y las actividades que se disfruten.
Los negocios que proporcionan bienes y servicios al turista.	Los comerciantes consideran el turismo como una oportunidad para obtener utilidades al proporcionar los bienes y servicio turístico.
El gobierno de la comunidad	Consideran el turismo como un factor de riqueza en la economía de sus jurisdicciones. Se relaciona con el ingreso que sus ciudadanos pueden percibir y también consideran los ingresos tributarios recibidos del gasto turístico. El gobierno juega un papel importante en las políticas turísticas.
Comunidad anfitriona	La población de la localidad suele ver el turismo como un factor cultural y de empleo. Es importante la interacción entre visitantes y residentes.

Fuente: *Elaboración propia, Apud de Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011). Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas. 3ª Ed. México D.F. México: Editorial Limusa Wiley. p.5.*

Según Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. (2011:30). “*El propósito más elevado del turismo es conocer mejor a la gente de otros lugares y países, ya que esto promueve la comprensión y el aprecio para construir un mundo mejor para todos*”. Los viajes elevan los niveles de la experiencia, el reconocimiento y los logros humanos en muchas áreas del aprendizaje, la investigación y la actividad artística. El turismo conlleva una serie de atributos humanos que van más allá del transporte y de hoteles (*Ver tabla 4*); que necesita del fortalecimiento de actividades educativas y culturales.

³ Marco Teórico Conceptual, que se ha expuesto a las autoridades turísticas de Nahuizalco en diversas capacitaciones, fundamentado en un documento entregable de consultoría denominado: *Turismo Cultural Náhuat-Pipil. Manual Teórico Conceptual (132p)*, material de estudio preparado por los consultores.

Tabla 4. Atributos humanos del turismo

Atributos	Descripción de los atributos humanos turísticos
Humanizante	Su práctica conlleva un efecto tranquilizador y renovador del ser humano a su plenitud
Socializante	Relación de personas, se descubren capacidades y formas de interpretar el entorno
Auténtico conocimiento	Amplía el marco de referencia individual por el contacto con la naturaleza, condiciones económico-sociales y el hecho de condiciones diferentes a las propias.
Cultural	Contacto con patrimonio artístico, arqueológico, literario, religioso, ideológico, folclóricos y demás formas expresivas de la humanidad, de este intercambio cultural surgen nuevas formas artísticas y nuevas manifestaciones de la creatividad humana.

Fuente: Elaboración propia.

2) Dificultad y afinidad relacional entre *turismo* y *cultura*

El turismo nació ligado a la cultura, el concepto de *turismo cultural* se enfrenta a una dificultad inicial: delimitar de forma concreta los conceptos cultura y turismo; concepciones que por separado y no se diga de forma conjunta; han suscitado un debate extenso y profundo que no existe una única definición como punto de partida. Esta consultoría delimita los conceptos cultura y turismo; para enfocar la construcción de la definición de turismo cultural: describiendo, argumentando y analizando; problemas, relaciones, funcionamiento y lógica que imperan en cada uno de estos términos.

Esta realidad pone en relación dos contextos diferentes: *los actores y actividades turísticas* y *los actores y actividades culturales*. El turismo y la cultura pertenecen a sectores sociales diferentes, cada uno de los cuales tiene sus propios valores, principios y pautas de comportamiento (*Ver tabla 5*).

Tabla 5. Diferencias entre el Sector Cultural y el Sector Turístico

CRITERIOS DIFERENCIALES	SECTOR	
	CULTURAL	TURÍSTICO
Actores	Sector público y tercer sector	Sector privado
Fin primordial	Búsqueda de beneficios sociales	Busca beneficios económicos
Actividad básica	Proteger y difundir	Comercializar
Valores atribuidos	Valor simbólico (<i>identidad...</i>)	Valor de uso (<i>aumenta atractivo</i>)
Destinatarios	Consumidor cultural	Turistas y excursionistas
Motivación	Disfrute intelectual y entretenerse.	Ocio, viajar
Principales atracciones	Valor cultural, singularidad, belleza, único, paisaje cultural.	Comodidad, sencillez, distancia
Crítica del sector	Oferta rígida, no se adapta a diferentes perfiles de un producto turístico	Banalización de símbolos culturales y falta de sensibilidad.
Percepción del Turismo Cultural	Oportunidad de difundir valores	Oportunidad del uso de recursos culturales con fines lucrativos.
Objeto de Ley (El Salvador)	Desarrollo, protección y promoción de la cultura. (<i>Ley de Cultura</i>)	Crecimiento económico y social, competitivo y rentable (<i>Ley de Turismo</i>)

Fuente: Apud en Pulido Fernández, et.al (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, p.28.



El sector turístico y el sector cultural parten de posiciones diferentes, sin embargo, en la actualidad existen factores que favorecen su acercamiento:

- El turismo cultural se construye sobre la sostenibilidad para generaciones futuras.
- Cada vez hay más asociaciones y fundaciones implicadas en el turismo cultural.
- Los turistas en general, y los turistas culturales en particular, tienen más experiencia y exigen más, su motivación se relaciona el ocio cultural y de disfrutar aprendiendo.
- Las personas que trabajan en el sector cultural y en el sector turístico tienen que conseguir productos turísticos que permitan una experiencia de calidad.
- Una demanda cada vez más segmentada genera públicos muy diferentes, por eso los productos no pueden centrarse en un solo perfil.
- Ambos sectores saben que el aprendizaje se convierte en una fórmula clave, aprender de manera entretenida.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) como organismo rector mundial del turismo, advierte que la combinación de turismo y cultura es un motor potente atenuante de la pobreza y bienestar de los pueblos.

3) Turismo Cultural (*un ensayo de su definición*)

Esta consultoría atiende el criterio de la definición de turismo como sistema, y adopta la cultura en una combinación: *del conjunto de saberes, conocimientos, expresiones, manifestaciones o prácticas culturales de las sociedades, que nos hacen ser más cultos*⁴. La Organización Mundial de Turismo (Sigla en inglés UNWTO) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO por sus siglas en inglés) definen el turismo cultural como:

Todo desplazamiento turístico, ya que contribuye a satisfacer la necesidad humana de diversidad y tienden a aumentar el nivel cultural del individuo y a ocasionar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros.

Para propósitos de esta investigación se define turismo cultural como:

Conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos y agentes sociales con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a otros ciudadanos tener contacto con una sociedad distinta a la de su entorno habitual.

El turismo cultural es tan plural y heterogéneo como lo son los turistas y las expresiones y manifestaciones culturales que lo sustentan. Para propósitos de esta consultoría, el diagnóstico se centra en el tipo básico de *Turismo Cultural Etnográfico Náhuat-Pipil (Ver tabla 6)*, es decir estudia la comprensión de un patrimonio histórico como herencia cultural viva de origen indígena que incluye el patrimonio inmaterial (*costumbres y tradiciones*) propias de Nahuizalco.

⁴ A partir de la década de los ochenta del siglo XX, aumenta de manera significativa la práctica del turismo cultural. Este incremento está relacionado con la importancia creciente que las sociedades dan al valor *cultura*.

Tabla 6. *Tipos básicos de turismo cultural*

Tipos básicos de turismo cultural	Descripción de los tipos básicos de turismo cultural
Turismo culto	Realizado por turistas especialmente motivados y preparados. <i>El elemento clave es el turista culto.</i> Es su interés y su motivación lo que hace una experiencia.
Turismo de la cultura (monumental)	Su objetivo es la visita a determinados bienes o manifestaciones culturales. La importancia a los monumentos o manifestaciones culturales es tan alta que los convierte en iconos que <i>deben ser</i> visitados.
Turismo del patrimonio	Es el turismo cultural cuyo objetivo es la visita o contemplación de bienes del patrimonio cultural. A esta categoría pertenecen aquellos que se consideran como <i>la herencia cultural del pasado de cada sociedad.</i>
Turismo de las culturas (Etnográfico)	Es el turismo cultural cuyo objetivo es la comprensión de una cultura viva. Está directamente relacionado con una reciente ampliación del concepto de patrimonio que incluye el <i>patrimonio inmaterial</i> . En este caso el objeto central de interés del turista es <i>la comprensión de otras culturas vivas</i> , la cercanía a otras sociedades y personas que viven de manera diferente en el lugar que se visita.

Fuente: Elaboración propia, *Apud*; la idea de Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.23-25.

4) Sistema Turístico Cultural (STC)

Esta consultoría atiende la idea de *Sistema*, como criterio fundamental en la definición de turismo, y define el *Sistema Turístico Cultural (STC)* como:

La suma de las relaciones e interacciones que se producen entre cualquier actor, actividad o cualquier producto en un momento y espacio determinado, con el fin de atraer, acoger y proveer de actividades a ciudadanos ocasionales.

El turismo es un fenómeno complejo difícil de describir de manera breve, el turismo cultural lo dimensiona. Cualquier modelo de turismo debe reflejar la composición del Sistema Turístico, así como los procesos y resultados clave que ocurren dentro esta actividad y que son esencia misma del turismo.

El *sistema turístico cultural* tiene tres elementos básicos:

- Los actores turísticos:** agentes privados y públicos con competencia en la materia, así como los destinatarios básicos del turismo (*el consumidor turista, la sociedad civil, comunidad receptora o destino*). Además, se incorporan representantes del tercer sector (*ONG, asociaciones o fundaciones*).
- Las actividades turísticas:** son las que hacen posible el turismo mediante la organización o intermediación (*transporte, alojamiento, manutención de los turistas o la provisión de bienes o servicios que enriquecen la estancia del turista*).
- Los productos turísticos:** son innumerables y están en constante evolución. Optamos por hablar de productos turísticos, en lugar de recursos, para centrar el estudio en la actividad real y no en la potencialidad que supondría un posible desarrollo de los recursos turísticos.



5) Factores condicionantes del potencial turístico de los recursos

Existe un reconocimiento generalizado de que *los recursos o atractivos turísticos* constituyen un componente central del fenómeno turístico. Dentro del ámbito cultural, existen diversidad de investigaciones sobre la dimensión turística del patrimonio y otros recursos, señalando ventajas e inconvenientes de la afluencia de visitantes, pero ésta se asume como algo dado, sin plantearse *qué factores determinan el éxito turístico de un recurso*. Sobre la evaluación del potencial turístico el presente diagnóstico enfoca las siguientes interrogantes: *¿Por qué algunas manifestaciones culturales reciben la visita de miles de turistas y otros prácticamente ninguno?, ¿Por qué algunas centran la atención de visitantes de largo recorrido y otras ni siquiera de la población más próxima?*

6) Del producto a la experiencia turística cultural

La cultura se convierte en una materia prima esencial para crear auténticas experiencias turísticas. Para que los distintos recursos y atractivos culturales puedan formar parte del consumo turístico, deben ofrecerse en el mercado como productos turísticos adecuadamente estructurados y definidos. La generación de valor en la experiencia del consumo turístico trata de que el turista perciba que un producto turístico es capaz de ofrecerle nuevas y enriquecedoras experiencias y emociones y, en consecuencia, quede satisfecho. La falta de diferenciación y propiedad de una cultura centrada en los turistas le presentan problemas a los destinos, sorprenderlos es insuficiente si lo esencial de la práctica turística no funciona. Una *experiencia turística cultural memorable*, es la próxima arena competitiva de los destinos turísticos sostenibles.

7) Comercialización del turismo cultural

La comercialización se ha convertido en uno de los grandes retos del *turismo cultural*, lo que implica el desarrollo de acciones y estrategias adecuadas para llegar la oferta generada al público objetivo, logrando posicionamiento. No es una tarea sencilla, los destinos turísticos son uno de los productos más difíciles de gestionar desde el punto de vista del *marketing*, ya que implican a un gran número de públicos y una imagen de marca sobre la que los gestores de los destinos tienen muy poco control. Esta actividad incluye dos eslabones de la cadena de valor del *producto-destino turístico*: comunicación (*promoción*) y distribución (*comercialización*). Fundamentos de importancia en este diagnóstico.

8) Expresiones del patrimonio cultural inmaterial

El patrimonio cultural también abarca otras manifestaciones que innumerables grupos y comunidades han recibido de sus antepasados y transmiten a sus descendientes, a menudo de manera oral. La UNESCO define el Patrimonio Cultural inmaterial como⁵:

“Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas; junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes; que las comunidades, y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana”.

⁵ Adoptada en la 32ª Reunión de la Conferencia General UNESCO (París, 2003: vigencia 2006). Convención y proclamación para la Salvaguarda de obras muestras del Patrimonio Cultural Inmaterial.

La tipificación de estas manifestaciones del patrimonio cultural es compleja, una misma expresión incorpora multitud de elementos. La **tabla 7** identifica cuatro grandes ámbitos:

Tabla 7. *Ámbitos del Patrimonio Cultural Inmaterial*

Ámbitos del Patrimonio Cultural Inmaterial	Descripción
Tradiciones y expresiones orales	Incluyen proverbios, adivinanzas, cuentos, canciones infantiles, leyendas, plegarias, encantamientos, otros.
Artes del espectáculo	Comprende representaciones de música tradicional, danzas, teatro.
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Este ámbito se extiende a numerosas áreas, tales como la sabiduría ecológica tradicional, la etnobiología, sistemas de curación tradicionales, usos alimentarios, creencias indígenas y religiosas, ritos iniciáticos, adivinaciones, cosmologías, chamanismo, otros.
Técnicas artesanales tradicionales	No tanto los productos artesanales en sí mismos, si no las competencias y conocimientos que son imprescindibles para que no desaparezca su producción.

Fuente: *Elaboración propia*, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.134.

9) Artesanía, gastronomía y otras tradiciones

El producto artesano es el resultado de un proceso de producción fundamentalmente *manual*; desde una *perspectiva antropológica*, es un modo de producción tradicional que le proporciona las técnicas, los útiles y los diseños y configura una actividad que no ha sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo; desde una *óptica cultural*, se forma con el concepto de “*arte popular*”, arte anónimo transmitido en muchas ocasiones de forma oral de generación en generación (**ver tabla 8**).

Tabla 8. *Tradiciones consideradas como parte del patrimonio cultural inmaterial*

Patrimonio Cultural Inmaterial	Descripción del Patrimonio Cultural Inmaterial
La artesanía tradicional La adquisición de productos artesanos es una forma de consumo cultural.	Se expresa en muchas formas: <i>indumentaria y joyas, objetos rituales, instrumentos musicales y enseres domésticos</i> . La orientación hacia el mercado turístico favorece efectos contrapuestos: <ul style="list-style-type: none"> • Permite la conservación de las tradiciones artesanas, pero; • Se <i>analizan</i> las estructuras productivas, materiales, técnicas y diseños; limitándose a una producción fabril estandarizada.
La gastronomía Una manifestación cultural	Tiene muchas concomitancias con la artesanía. Constituye una manifestación cultural innegable <i>importancia económica</i> (restaurante, comercio, otros.) y de <i>representación (identidad y patrimonio a través de la alimentación)</i> .
Otras tradiciones	Mercados y ferias a cielo abierto , un modelo de funcionamiento similar al de hace cientos de años (<i>el mercadito nocturno de Nahuizalco</i>). Sitios históricos , lugares vinculados a ciertos acontecimientos con poderosas asociaciones históricas, religiosas, etnológicas o culturales. (<i>la matanza de indígenas en Izalco y Nahuizalco de 1932</i>)

Fuente: *Elaboración propia*, Apud Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.136-137



10) Determinantes de la Oferta Turística Cultural

La oferta turística cultural está constituida por el conjunto de recursos y servicios capaces de motivar a sus visitantes al iniciar una experiencia turística. El turismo es un fenómeno que se construye sobre las determinantes de una oferta de la que forma parte la cultura entre otros bienes (*Destino, Recursos, Productos, Mercado, Actores y el uso de su patrimonio tangible e intangible*), por lo que, no está sometido exclusivamente a una lógica del mercado. Por otra parte, el perfil del turista cultural condiciona claramente *el tipo de oferta a comercializar* en un destino turístico y, con ello, el volumen de negocio que se puede generar, determinando un tipo de mercado concreto.

11) Turismo Naranja: Una forma diferente de apreciar el turismo cultural

La importancia de la *economía cultural y creativa* en la denominada *Economía Naranja*⁶, impulsan una alianza entre los sectores *cultural y turístico* para fomentar el turismo cultural y creativo, optando por darle color a este segmento del turismo, denominándole "*turismo naranja*". Según este pensamiento: *Si la economía cultural y creativa es Economía Naranja, el turismo cultural y creativo es Turismo Naranja*.

En este sentido, el turismo *naranja* es un articulador sostenible y generador de desarrollo de oportunidades en lo económico y social; a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y la configuración de destinos con identidad cultural. Ante este escenario surgen interrogantes como: *¿Qué es turismo naranja?*, *¿Cómo se implementa e identifica en un destino turístico?* *¿Cómo se identifica al turista naranja?* *¿Es sostenible en la industria turística?*

12) Modelo de Turismo Cultural Sostenible

Un *turismo* sujeto a una gestión sostenible puede ser un destacado motor de la promoción y la conservación del patrimonio cultural. A la vez, *la cultura* puede ser un bien turístico fundamental en la medida en que ofrece a los destinos turísticos diversas posibilidades a partir de atractivos específicos. La concepción de un modelo de fortalecimiento *turístico-cultural* sostenible, parte de una propuesta que promueva una simbiosis estratégica para generar sinergias conjuntas entre *la cultura, el turismo y la comunidad*. La Organización Mundial de Turismo (OMT) apunta en la creación y mejora de este desarrollo comunitario triangular como un factor clave para el desarrollo sostenible de la actividad turística de un destino, en donde *la cultura* guía las actividades y experiencias de la población local y de sus visitantes, beneficiándose mutuamente en forma de intercambio cultural, económico y social.

⁶ La *Economía Naranja* *pieza estratégica del desarrollo productivo*, es considerada un conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Su universo naranja está compuesto por: *la Economía Cultural y las Industrias Creativas*, el color naranja se suele asociar con la Cultura, la Creatividad y la Identidad (*tradiciones religiosas occidentales y orientales lo asocian con la identidad cultural*). Por ello se ha etiquetado como la Economía Naranja.



13) Políticas públicas (*Gobernanza*) del turismo cultural

El turismo cultural se percibe desde perspectivas muy diferentes, los *agentes turísticos* que operan en los distintos subsectores no tienen los mismos puntos de vista y también es distinta la posición de los actores *públicos y privados*. Sin embargo, el turismo o destino cultural se percibe *como un todo* por el turista, por lo que resulta necesario que alguien asuma la labor de *coordinación y gestión* de las interdependencias entre *turismo y cultura*. La política turística realiza esta labor, teniendo como objetivo básico promover un correcto desarrollo de la actividad turística; se define de la siguiente manera:

Política turística: es el conjunto de acciones que impulsan los gobiernos en ámbito de su competencia con la intención de mejorar el turismo en un destino determinado. Se trata de un conjunto de decisiones y actuaciones con vocación integral cuyo objetivo general sea enfrentar los retos de los *destinos, los actores y los productos*.

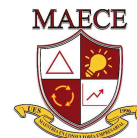
La singularidad de las políticas dirigidas al turismo cultural podría tener su origen en la particularidad de los bienes y sus determinantes sobre los que se construye la oferta. Se entiende por tales los bienes de patrimonio cultural tangible e intangible, las artes escénicas, las industrias culturales o los propios procesos creativos. Para este diagnóstico es preciso preguntarse *¿Debe existir una política para el turismo cultural?*

X. ANAMNESIS DIAGNÓSTICA⁷ (*Metodología de Investigación*)

La anamnesis es una base fundamental e insustituible que representa alrededor de la mitad del diagnóstico, es una disciplina metodológica de investigación empleada para obtener toda la información posible proporcionada por los actores turísticos claves de Nahuizalco (*Visitantes, autoridades turísticas y municipales, sectores operativos, artesanos y habitantes, entre otros*). Los datos obtenidos se han recolectados mediante *cuestionarios, entrevistas y observación*, práctica realizada mediante la selección de muestras adecuadas y los censos establecidos; referentes sobre atributos, conceptos o variables de unidades de análisis o fragmentos de población; estos procedimientos conducen a reunir datos confiables, válidos y objetivos, además determinan fuentes de información primarias (*investigación en campo*) o secundarias (*fuentes bibliográficas*), como los medios o método de recolección.

Para poder explorar apropiadamente el problema del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, se requiere de información amplia, seleccionada y precisa; para ello se emplean herramientas metodológicas que permiten organizar los distintos procesos específicos de la investigación, dirigiendo actividades mentales y prácticas hacia el logro de los objetivos e hipótesis planteados. Para una mayor comprensión integral, se ha preparado una matriz de anamnesis de este diagnóstico (*Ver Anexo 2*).

⁷ Disciplina médica empleada para referirse a la información proporcionada por el propio paciente durante una entrevista clínica, con el fin de incorporar dicha información en su expediente.



Para la práctica anamnesis de este diagnóstico, se realizaron las siguientes consideraciones:

- **Este diagnóstico inicia con dos interrogantes:**

- ¿*Qué se pretende fortalecer de la práctica turística de Nahuizalco?*

- ¿*A qué se aspira con el fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil?*

De esta forma, el problema se atiende desde el ángulo apropiado: para advertir la existencia de una amplia variedad de motivaciones y de posibles oportunidades en el mercado turístico, y esforzarse por los objetivos que ha de alcanzar la consultoría; *evitando prácticas convencionales de resolución.*

- **El problema a diagnosticar** afecta directa e indirectamente a los habitantes de Nahuizalco, en temas como: *desarrollo, progreso, empleo, migración, mejoras de vida, merma de pobreza*, por lo que resulta de interés primordial en resolverlo, garantizando los esfuerzos en los sectores turísticos internos donde pueden tener el mayor impacto (*Destino, recursos, productos, mercado, gobernanza, otros*).

La problemática se dimensiona en los siguientes planteamientos:

- Desaprovechamiento del recurso inmaterial turístico cultural
 - Considerado un destino de paso en la *Ruta de Las Flores*
 - Interconexión cultural
 - Cultura desaprovechada con fuerte potencial
 - Deterioro de la historia de un pueblo indígena con sus tradicionales artesanías
 - Pérdida de valores culturales ancestrales
 - El destino menos visitado de la *Ruta de Las Flores*.
- Para que la realización de este diagnóstico fuera efectivo, se definió el **objetivo prioritario de esta consultoría**: “*Fortalecer el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*”, ya que satisface la mayoría de los criterios explorados y elegidos por el *Comité de Desarrollo Turístico* del municipio en coordinación con los consultores (*organización, buenas prácticas, factores relacionales de sus actores turísticos, posibilidades turísticas futuras, generación empleo, oportunidades para sus habitantes atenuando su pobreza y mejorando su calidad de vida, otros*).
- El **objetivo del análisis** de los hechos que dispone la práctica turística Nahuizalco (*vivencias, habilidades, experiencias, historias, anécdotas, otras*), constituyen el principal material sobre la que se construye este diagnóstico de consultoría, y va más allá de la investigación, con particular atención a las oportunidades insuficientemente aprovechadas y a las posibles mejoras del sistema turístico cultural.

XI. DIAGNÓSTICO-GENERALIDADES

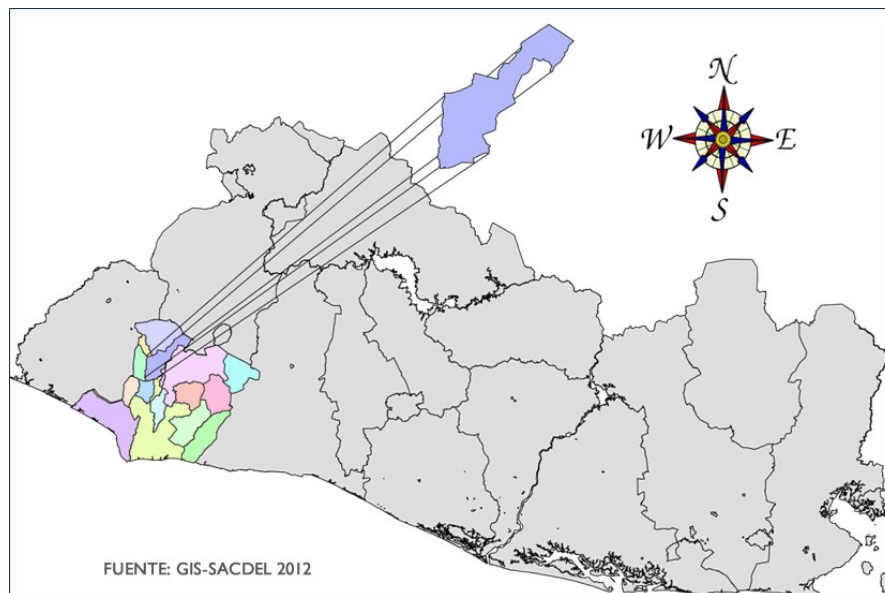
1) Diseño estructural del diagnóstico Turístico Cultural de Nahuizalco

El diseño estructural de diagnóstico comprende entre otros elementos: la ubicación y descripción de Nahuizalco, dimensionando su geografía territorial a través del SIGMuni y su caracterización socio-económica. Se analiza el *Tejido Productivo-Empresarial* del municipio, en la que los recursos culturales son el atractivo base de su práctica turística. El diagnóstico turístico cultural enfoca: estudio integral del STC de Nahuizalco infundada en un enfoque de sistema que suma todas las posibles relaciones e interacciones. Los resultados ayudan a identificar factores internos (*Fortalezas y Debilidades*). El análisis del entorno comprende la descripción de la situación actual y tendencias, para identificar oportunidades y amenazas. Acompaña un análisis estratégico de los resultados de este diagnóstico, refutaciones a hipótesis formuladas y emisión de informe de diagnóstico. **El anexo 3** muestra el esquema del diseño estructural de este diagnóstico turístico.

2) Ubicación y descripción geográfica

El presente diagnóstico turístico se desarrolla en la ciudad de Nahuizalco, un pueblo con un corazón turístico cultural pleno de historia, costumbres y leyendas; cuna de laboriosos artesanos de la cultura *Náhuat-Pipil*, municipio que se ubica geográficamente en el occidente de la República de El Salvador, perteneciente al departamento de Sonsonate (**Ver figura 1**). Una zona turística por excelencia con lugares históricos culturales con sus artesanías y gastronomía. Por su geografía se recorre *La Ruta de Las Flores*, un corredor turístico de interés nacional floreciente en cultura y naturaleza.

Figura 1. Ubicación geográfica del municipio de Nahuizalco, Sonsonate, El Salvador



Fuente: Alcaldía Municipal de Nahuizalco. (2015). *Información de Municipio*: Cfr:
<http://www.alcaldianahuizalco.gob.sv/index.php/quienes-somos/informacion-del-unicipio/ubicacion-geografica>

Nahuizalco está ubicada en la falda sur de la cordillera *Apaneca-Illamatepec*, la ruta principal de llegada a este cultural destino turístico, es a través de la carretera panamericana CA-8, a 7.4 kilómetros al Norte de la cabecera del departamento de Sonsonate y a 72 kilómetros de la Ciudad de San Salvador. Es uno de los 16 municipios que integran el Departamento de Sonsonate.

3) Nahuizalco en el SIGMuni

Esta consultoría utiliza una herramienta disponible al público denominado SIGMuni⁸, con la que se puede obtener información oficial de forma generalizada sobre el municipio de Nahuizalco. Para este diagnóstico turístico es de importancia conocer el proyecto y su sistema de gestión municipal, ya que Nahuizalco se encuentra dentro de los 24 municipios que están preparándose para cargar información de su gestión municipal o que no lo hacen por problemas administrativos, técnicos o políticos.

Para propósitos de este diagnóstico, solamente se utiliza la información sobre la Situación General de Nahuizalco. **La figura 2** muestra el mapa país, sobre la plataforma virtual SIGMuni; donde se pueden buscar en cada departamento, para este caso Sonsonate:

Figura 2. Mapa de El Salvador sobre la plataforma virtual SIGMuni



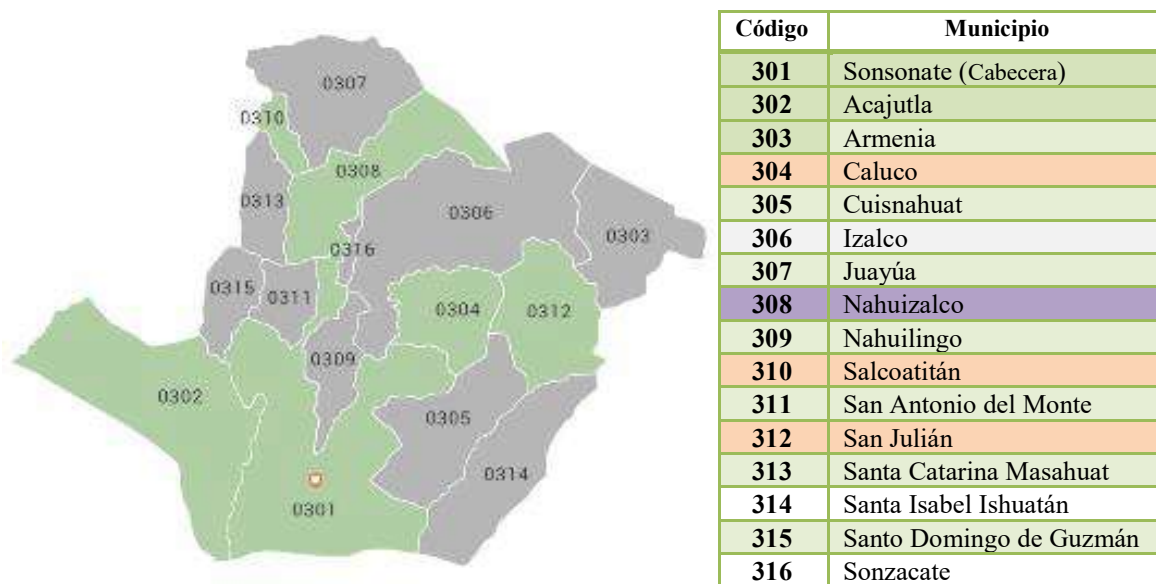
Fuente: Cfr: <http://sigm.gob.sv/>

Gobierno de El Salvador. SIGMuni. Diseño y Desarrollo: SAE/SSDT (2013-2014), con apoyo de Meridion Trading Group (MTG) y con fondos del Proyecto de Fortalecimiento de los Gobiernos Locales (PFGL). Implementación: Coordinación General PFGL (2014-2015) con apoyo MTG y fondos PFGL

⁸ La Subsecretaría de Desarrollo Territorial y Descentralización (SSDT) de El Salvador, con el apoyo del Proyecto de Fortalecimiento de Gobiernos Locales (PFGL), diseñó el Sistema de Información de la Gestión Municipal (SIGMuni), una plataforma virtual Cfr: www.sigm.gob.sv con información municipal que muestra apartados sobre la situación general del municipio (*población y territorio, índice de desarrollo humano, situación de pobreza, entre otros*) y sobre la gestión municipal (*planes del municipio, políticas, estrategias, otros*).

Una vez identificado el departamento de Sonsonate, se puede visualizar su mapa geográfico por municipios (*Ver figura 3*).

Figura 3. Mapa geográfico del departamento de Sonsonate, El Salvador

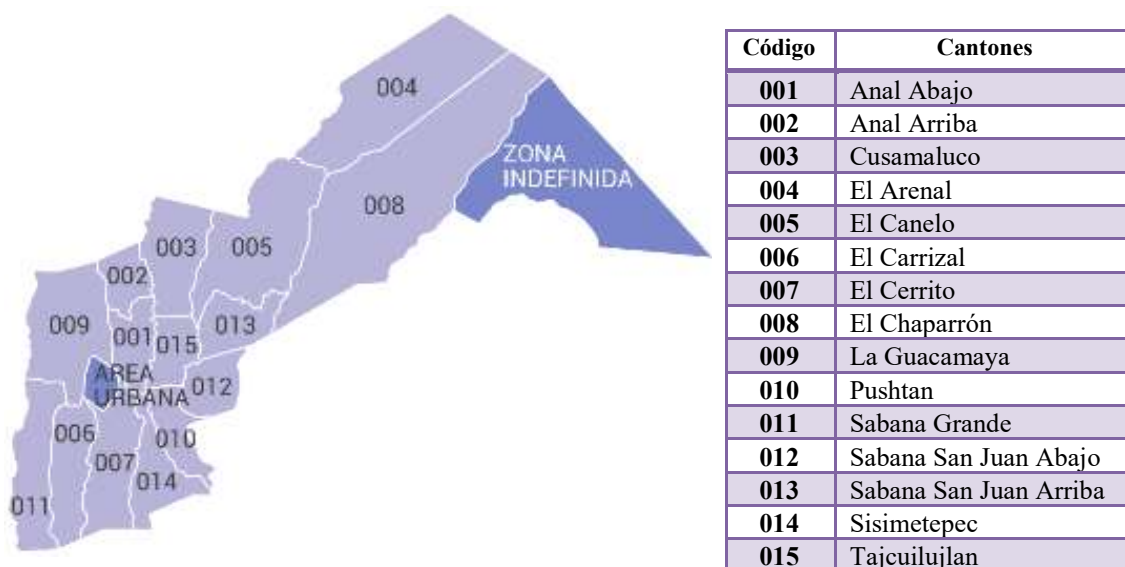


Fuente: Cfr: <http://sigm.gob.sv/Departamento.xhtml?d=SO#?m=0307&d=SO>

Nota: los municipios trazados en color verde, se encuentran en la fase de preparación de cargar información al SIGMuni, el resto no forma parte del Sistema.

El municipio de Nahuizalco con código 0308, es el destino de este diagnóstico, **la figura 4** muestra su mapa geográfico compuesto por su área urbana y sus respectivos cantones.

Figura 4. Mapa geográfico del Municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate



Fuente: Cfr: <http://sigm.gob.sv/Municipio.xhtml?m=0308&d=SO>



Para propósitos de este diagnóstico, se presentan en anexos lo siguientes informes:

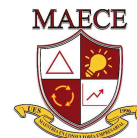
- Situación General de Nahuizalco según plataforma SIGMuni (**Anexo 4**)
- Características económicas, demográficas y sociales de Nahuizalco (**Anexo 5**)

4) Tejido productivo y empresarial de Nahuizalco

Nahuizalco es un pueblo culturalmente histórico, con un sistema de producción eminentemente artesanal y autóctono, su economía descansa en un legado ancestral de origen *Náhuat-Pipil*: con su agricultura, la ganadería, su artesanía por excelencia (*arte manual*); sus platos típicos gastronómicos, sus forma de comercializar estos productos en el mercado tradicional y nocturno, sus costumbres y tradiciones; variables que son integradas en su práctica turística, caracterizada por resguardar una fuerte presencia de población indígena dedicada al comercio *turístico-artesanal* (*madera y fibras naturales*); todo esto constituye un *tejido productivo* empresarial que se describe a continuación:

a) **El tejido productivo de Nahuizalco:** dentro de su económica principal depende más del turismo y no de la agricultura, aprovechando la complacencia de ser un lugar de belleza natural y de tradición cultural, donde se encuentra la más variada arquitectura, gastronomía y artesanías. Se mencionan los elementos de su tejido productivo:

- **Sector agrícola:** cuentan con dotación de recursos hídricos y tierras fértiles con potencial para la explotación agrícola y ganadera. En algunas zonas se cultivan fibras naturales tales como *el carrizo* y *el tule de petate*, que es utilizado como materia prima para la fabricación de una variedad de artesanías de fibras naturales.
- **Sector Industrial (artesanías):** Las actividades económicas industriales más destacadas son la elaboración de artesanías y la carpintería (*estilo, diseño y perfección artesanal*), que es complacencia turística de los viajeros. Sobre este rubro económico se enfrentan algunos retos principales que se presentan.
 - Continúa escasez de fibras naturales (*mimbre, tule*) y su costo elevado
 - Mayor conciencia sobre el uso de la madera para reducir la deforestación
 - Capacitación de artesanos para mejorar sus habilidades empresariales
 - Emigración de artesanos con sus artesanías hacia otros municipios turísticos
- **Sector Turismo:** Nahuizalco es un pueblo cultural Náhuat-Pipil de gran tradición y costumbres indígenas, cuna y hogar de artesanos talentosos y productores agrícolas, está representado por: recursos naturales que imponen su belleza, infraestructuras arquitectónicas coloniales, laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbre para sus artesanías, pobladores fieles a sus costumbres religiosas y atención cálida con sus visitantes; que junto a sus tradiciones y cultura, hacen de Nahuizalco en un verdadero corazón turístico. La práctica del turismo, es para Nahuizalco un incentivo para el desarrollo local; tanto urbano como rural.



Entre los recursos turísticos más relevantes que posee el territorio destacan:

- La Iglesia católica de Nahuizalco** (joya arquitectónica del siglo XVIII),
- Centro Patrimonial y Ruta Artesanal** (conforma el centro mismo de la ciudad).
- Museo Náhuat-Pipil** (*exhibe* piezas prehispánicas y hechos históricos de 1932)
- Recursos Naturales entre cascadas, ríos y cerros** (cascada El Salto, Las Golondrinas, Las Monjas, Río Sensunapán, Cerro el Tuncol, y otras bellezas).

El municipio es reconocido por sus tradiciones culturales entre las que destacan:

- Las cofradías:** Grupos de personas que celebran ha determinado Santo.
- Fiestas patronales:** dedicadas a San Juan Bautista, se realizan del 19 al 25 de junio.
- Día de los Canchules:** propia de Nahuizalco y se celebra el 1 de noviembre.
- Romerías y peregrinos:** participar en las festividades religiosas de otros pueblos.
- La Semana Santa:** fiesta religiosa, que caracteriza a las procesiones vivientes.
- La Piedra Techical:** lugar sagrado donde los ancestros realizaban las ceremonias *Náhuatl-Pipil* para rendir atributos a la madre naturaleza.

Este diagnóstico describe con mayor énfasis el “*Mercado Nocturno*”, uno de los atractivos de mayor interés turístico de Nahuizalco, e icono del tejido productivo:

El Mercado Nocturno de Nahuizalco.

Es una de las tradiciones que hacen de Nahuizalco un sitio de gran interés turístico. *El Mercadito Nocturno* único a nivel nacional cuenta con una gastronomía con platillos tradicionales como herencia indígena; se ubica en el centro del casco urbano y toma vida por la noche, cuando los lugareños lo iluminan actualmente con electricidad, sin embargo algunos puntos gastronómicos aún conservan la expresión tradicional del uso de velas o candiles para atraer a los visitantes. El mercado permanece diariamente en funciones desde las cinco de la tarde hasta las diez de la noche.

En este atractivo turístico se pueden adquirir artesanías y artículos típicos tales como: *canastas y cestas de mimbre, petates y una variedad de productos derivados*; y lo principal una variada gastronomía de origen *Náhuat-Pipil* además, se comercializan la mayor parte de los productos agrícolas que se cultivan en los cantones de la periferia de Nahuizalco, incluyendo experiencias y vivencias culturales únicas e inolvidables.

- b) **Tejido empresarial:** Esta consultoría ha enunciado los tres principales sectores que envuelven el tejido productivo de Nahuizalco, sin embargo se perfila de forma complementaria el tejido empresarial; conformada por los siguientes sectores: Agroindustriales (*producción artesanal realizada por los pobladores en pequeña escala.*), comercios y servicios en general.



5) Nahuizalco, dentro del mapa de violencia nacional

Nahuizalco además de ser el portal de la *Ruta de Las Flores* como primer destino turístico de este circuito, es una población de laboriosos agricultores y artesanos de origen indígena; su dinámica turística se desarrolla en su casco urbano. Sin embargo este pueblo de paz y prosperidad (*como lo enuncia su un slogan municipal*), paradójicamente se ha convertido no solo en el segundo municipio más violento del departamento de Sonsonate después de Izalco, sino el sexto a nivel nacional⁹.

Son esas montañas verdes y frondosas de Nahuizalco que se observan desde la lejanía, sobre *La Ruta de Las Flores (segunda Ruta turística más importante de interés nacional)* en el fondo esconden una problemática que tienen asediados a los habitantes de zonas rurales aun consideradas indígenas, en la que no escapan al flagelo de la violencia que trasciende a nivel nacional. Una condición incómoda y crítica cuando se trata de un destino turístico cultural; un fenómeno que cala negativamente en la intención de los turistas en visitar este histórico y cultural municipio. La mano de la delincuencia es un problema latente que está reduciendo el flujo y potencial de la actividad turística de diversos destinos turísticos ya que influye y modifica la decisión del turista en su visita.

6) Consideraciones previas al análisis interno de diagnóstico

Previo análisis interno de este diagnóstico, se debe advertir los siguientes considerandos:

- La fuente de datos sobre la que se construye este diagnóstico, se fundamenta en registros por medio de su recopilación y estudio, acontecimientos y condiciones mediante **la observación de la práctica turística** y también mediante la información de las personas (*experiencias, opiniones, creencias, impresiones, prejuicios e intuiciones, otros*) a través de entrevistas y cuestionarios. Estas fuentes son propias del Sistema Turístico del municipio (*Internas*) y otros extraídos de publicaciones, informes estadísticos, revistas y opiniones de autoridades turísticas (*externas*).
- La recopilación de datos de este diagnóstico se fundamenta en **el principio de selectividad**, un proceso lento cuyo costo (*económico, esfuerzo humano, prolongación de tiempo, otros*) no puede ignorarse, en especial los obtenidos en recurrentes observaciones y entrevistas numerosas sobre el Casco urbano de Nahuizalco y a lo largo de los municipios participantes de la *Ruta de Las Flores*.
- Para esta consultoría resulta esencial analizar *las tendencias de los datos* que describen los factores internos y externos del Sistema Turístico de Nahuizalco, evitando la premisa de pensar en **el futuro como una simple extensión de las tendencias del pasado**, en la práctica turística actual, es normal que las tendencias no prosigan en el futuro sin alteraciones sustanciales.

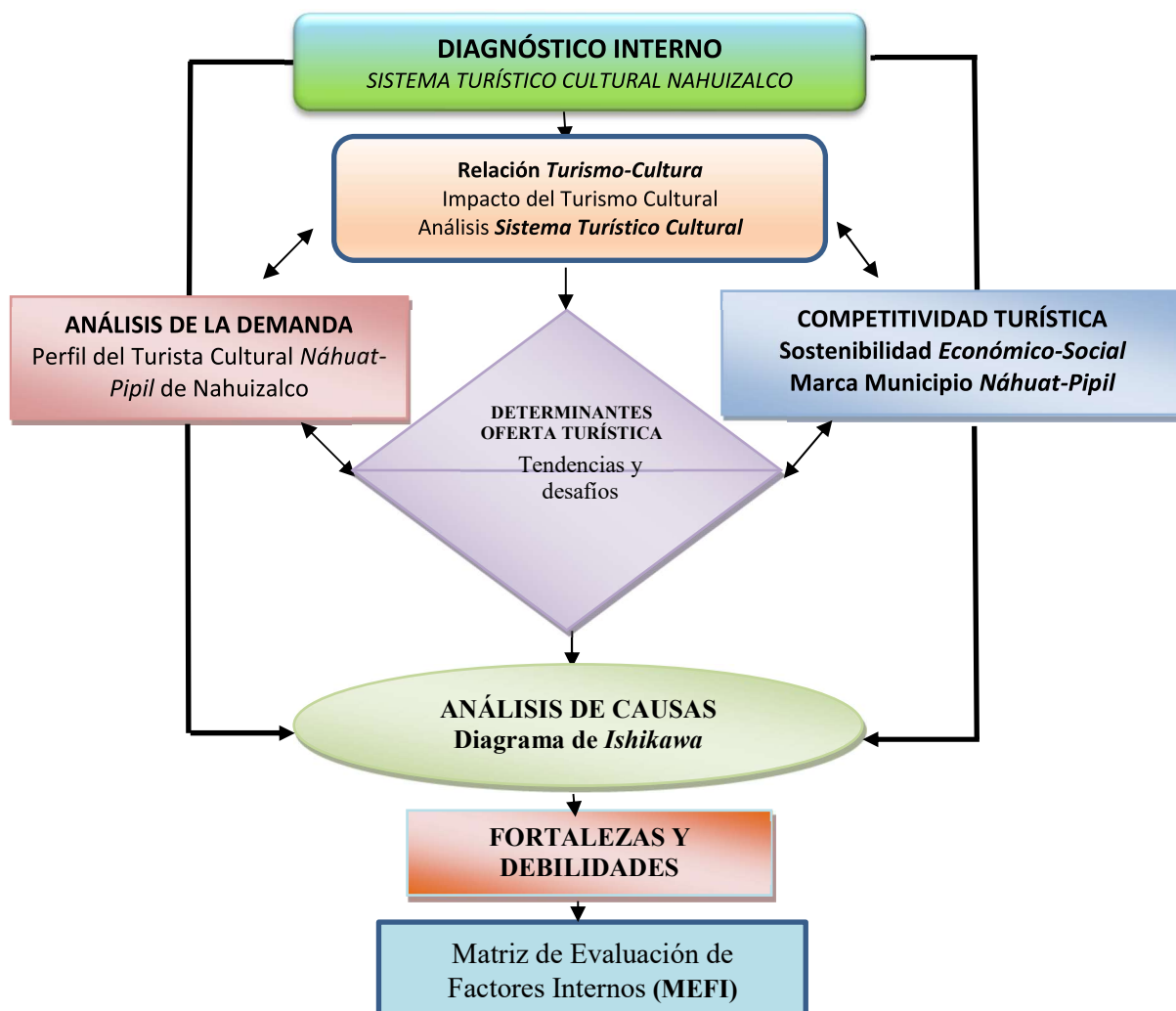
⁹ La Prensa Gráfica. *El nuevo mapa de violencia*. Lunes, 13 de febrero de 2017.p. 2-7.

- Este diagnóstico orienta su esfuerzo, en lo esencial hacia el futuro de la práctica turística de Nahuizalco, en busca de nuevas posibilidades de desarrollo turístico. Planteando las siguientes interrogantes *¿Cuáles serán las posibilidades futuras del Turismo Interno? ¿Qué se hará en el futuro para alcanzar los objetivos de Nahuizalco como municipio? ¿Se enmiendan prácticas turísticas tradicionales o se toma un camino totalmente distinto? ¿Es aplicable el turismo Cultural dentro del Turismo Naranja?*

XII. ANÁLISIS DE DIAGNÓSTICO INTERNO

El análisis interno comprende la descripción de la situación actual y tendencias, de diferentes aspectos del Sistema Turístico de Nahuizalco, variables de las que tiene control y con incidencia en el desempeño de su práctica turística. (*Ver figura 5*).

Figura 5. Diagnóstico de los Factores Internos del STC de Nahuizalco



Fuente: Elaboración Propia



1) Nahuizalco y su dificultad relacional entre *el turismo y la cultura*

La combinación de *turismo y cultura* es un motor potente para la economía de Nahuizalco, en donde la cultura *Náhuatl-Pipil* se ha empleado cada vez más como un elemento básico de los productos turísticos como estrategia de imagen, y el turismo se ha integrado a las estrategias del desarrollo como medio de apoyar el legado cultural. Como resultado el turismo cultural de este histórico municipio, es una alternativa en el desarrollo económico, social y cultural; un instrumento que permite aprovechar racionalmente los recursos culturales, que deben tener como base una política que integre lineamientos, estrategias y acciones de corto, mediano y largo plazo, al tiempo que busca abatir la marginación y la pobreza de este municipio.

Sin embargo, aunque *la cultura* es un importante motivador del turismo de Nahuizalco, presenta una problemática natural de relación entre *la cultura y el turismo*. Este diagnóstico advierte que una de las mayores dificultades para trabajar en turismo cultural en este histórico municipio; son las complicadas relaciones que se establecen entre *el turismo y la cultura*. Actores y actividades que provienen de campos diversos, permiten comprender las profundas diferencias sobre el concepto de turismo cultural.¹⁰ *¿Por qué Nahuizalco debe reconocer la relación entre Turismo y Cultura?*

La cultura y el turismo, están ligados por sus obvias sinergias y potencial crecimiento, en donde el *turismo cultural* está creciendo rápidamente en los últimos años como un factor de desarrollo económico local. Las autoridades turísticas de Nahuizalco, aun perciben *el turismo y la cultura* como dos aspectos separados del destino turístico. Por un lado, consideran los *recursos culturales* como un legado cultural *Náhuatl-Pipil*, y por otra, se percibe *al turismo*, una actividad relacionada con el esparcimiento; sin advertir de forma integral y potencial, el papel de las ventajas culturales para atraer turistas.

La cultura genera autenticidad para Nahuizalco y distinción en su mercado turístico, sus habitantes no son únicamente anfitriones del turismo, sino un factor transcendental para la satisfacción del visitante; participando conjuntamente de *las experiencias turísticas*.

Este diagnóstico advierte: la carencia de una política turística cultural, que organice, proteja y conserve *la relación cultura y turismo*, no permitiendo oportunidades para sus habitantes, y que el turismo cultural se considere un medio para apoyar la conservación del patrimonio y aumentar los ingresos económicos locales.

¹⁰ Los destinos más exitosos son los que reconocen las más amplias implicaciones de la relación entre *turismo y cultura*; variables pueden funcionar como una poderosa combinación para atraer a la gente y a las inversiones.



2) Impactos del Turismo Cultural

La práctica del turismo sobre todo de tipo cultural, ha logrado en Nahuizalco mantener y hasta rehabilitar (*entre otras, la lengua ancestral Náhuat-Pipil*) su patrimonio histórico, con algunas experiencias indígenas que estaban perdiéndose por falta de interés colectivo hasta por los mismos lugareños, actualmente se observa una recuperación de tradiciones y costumbres, sobre un modelo de desarrollo turístico que intenta convertirse en alternativa productiva, con actividades turísticas que se convierten en un revulsivo económico y social con efectos en la calidad de vida de esta comunidad Pipil.

Diversidad de actores y participantes de esta práctica turística dentro del municipio, insisten en sus múltiples beneficios, sin embargo, la intensificación y diversificación también supone aspectos desfavorables. Esta consultoría realizó un estudio de los impactos positivos y negativos del turismo cultural en el municipio de Nahuizalco¹¹, considerando para el estudio los siguientes factores: *Económico* (tamaño del destino y dimensión turística), *culturales y medioambientales* (fragilidad de bienes culturales) y *dimensión social* (relación e intercambio cultural *Náhuat-Pipil*). (*Ver tabla 9*).

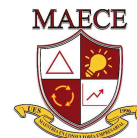
Tabla 9. *Impactos del Turismo Cultural en el municipio de Nahuizalco*

Impactos de la práctica del Turismo Cultural en el municipio de Nahuizalco		
Dimensión	Positivos	Negativos
Económico	Impulsa desarrollo económico y oportunidades para el municipio, genera empleos, mejoras en inversiones en infraestructuras y otras actividades productivas que dinamizan la artesanía, gastronomía y mercado nocturno.	Incremento de precios que afecta a la población local, los ingresos generados no sean retenidos por todos los actores locales, la desigualdad económica entre ciudadanos. Los empleos, poco calificado, ocasionales e inestables. Migración de artesanías a otros municipios.
En sociedad	Favorece el intercambio cultural <i>Náhuat-Pipil</i> entre los ciudadanos del municipio y sus visitantes (turistas-excursionistas)	Estereotipos turísticos, pérdida de los referentes culturales, una posible <i>aculturalización</i> del <i>Náhuat-Pipil</i> por la comunidad receptora, segregación cultural de los residentes locales y rechazo al turismo por saturación.
Medio ambiente	Conservación y adecuación de espacios de los bienes y paisajes culturales para el uso y disfrute de la población y de los turistas.	Urbanización en áreas culturales, ruido y humo del transporte público en el casco urbano.
Cultura y sus manifestaciones	Mantiene, conserva y revitaliza la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> , su lengua costumbres, tradiciones, que son atractivos para turistas.	Riesgo de destrucción de patrimonio cultural, la conversión de ciertos elementos culturales en productos turísticos puede conllevar la pérdida del significado, extensión de la “autenticidad escenificada”, idea que apunta a la posible estandarización cultural.

Fuente: Elaboración propia

El **anexo 6** muestra gráficamente por dimensiones y de forma integral, los impactos positivos y negativos del turismo cultural en el municipio de Nahuizalco.

¹¹ La investigación se realizó en el casco urbano de Nahuizalco, se utilizó la observación y diarios de campo, para recolectar las diversas impresiones de habitantes, visitantes, artesanos y miembros del *Comité Turístico*.



3) Análisis del Sistema Turístico Cultural (STC) de Nahuizalco

El casco urbano de Nahuizalco, orienta su principal actividad económica a la industria turística, primordialmente al turismo cultural, la que descansa en un entorno patrimonial histórico; que es la herencia de un legado indígena artesanal, como una de las tradiciones culturales más arraigadas del país. La Alcaldía Municipal de Nahuizalco en su página web, le da la bienvenida al turista con la siguiente frase: *“lo mejor de la cultura de El Salvador lo encuentra aquí. ¡Visítenos!*, también la marca ciudad expresa: *“Nahuizalco, tradiciones y cultura que te encantarán”*. La visión del municipio enuncia entre otras: *“Un municipio competitivo reconocido... por conservar sus tradiciones, costumbres e historia,...”*. Es evidente como los actores claves del turismo de Nahuizalco centran su atención en la cultura, como un motor dinamizador de la práctica turística.

Para propósitos de esta consultoría, la emprendedora práctica turística de Nahuizalco, así como sus relaciones, sinergias y divergencias; será visualizada como Sistema Turístico Cultural (STC). Este enfoque considera el turismo como la suma de todas las relaciones e interacciones que se producen, dirigiendo la atención a las dinámicas que vinculan y comprenden un componente esencial de desarrollo local sostenible, principalmente en sus tres elementos: *productos turísticos, actividades turísticas y actores*. El **Anexo 7** muestra de forma integral el *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, en la que refleja sus componentes, así como los procesos y resultados clave que ocurren dentro de esta actividad y que son la esencia misma del turismo cultural.

4) Análisis de la demanda turística cultural *Náhuat-Pipil*

La cultura se ha convertido para Nahuizalco, en un elemento de creciente motivación para sus visitantes; lo que ha convertido al *turismo cultural* en una de las tipologías de mayor crecimiento de flujos turísticos en los últimos años; sin embargo, *no existe información disponible sobre la evolución de su demanda*¹². Para este diagnóstico, se advierte que existen tantos perfiles como motivaciones y experiencias avalen la toma de decisiones de los viajeros, resulta apropiado determinar *al turista de Nahuizalco* en categorías o tipologías, para poder caracterizar la demanda de turismo cultural (*conocimiento acerca de sus motivaciones, comportamientos, expectativas o niveles de satisfacción*), para que el *Comité de Desarrollo Turístico (CDT) de Nahuizalco* pueda prevenir riesgos y aprovechar simbiosis turística. Esta exploración de tipologías del turista cultural, revelan una aproximación al conocimiento del perfil de sus visitantes, atendiendo razones del viaje (*sus motivaciones*¹³) y nivel de expectativas/experiencias (**ver anexo 8**).

¹² El estudio de la demanda turística cultural, surge de numerosas proyectos conceptuales y empíricos que han tratado de segmentarla, evidenciando las dificultades para su caracterización; confirmándose que no existe *“un perfil”* del turista cultural, sino que existen tantos perfiles como motivaciones y experiencias avalen la toma de decisiones del viajero. Como se aprecia, el análisis de la demanda de turismo cultural donde se expliquen el actual comportamiento y las tendencias de su evolución futura, es una tarea de profunda complejidad (*escasez de información y/o irrelevante interés estructural*).

¹³ La motivación del turismo cultural es multidimensional, la que debe generar fuentes globales de conocimiento de la demanda.



Para el análisis de la Demanda Turística Cultural de Nahuizalco, es preciso hacer una descripción de los turistas y su comportamiento en el mercado meta turístico cultural de este municipio (*Demanda Real*) y de la *Ruta de Las Flores* a la que pertenece (*Demanda Potencial*); es importante recalcar y destacar que las características de tipos de viaje que realizan los turistas en estos destinos son de naturaleza y cultura, ya que son los recursos básicos por excelencia de atracción turística. Este diagnóstico realizó una investigación, en la que se utilizó metodológicamente como macrovariable *una exploración de contexto* de su Sistema Turístico Cultural; y como microvariable e indicador principal: *el conocimiento del perfil turístico Náhuat-Pipil y sus motivaciones-expectativas culturales*.

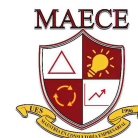
La demanda turística de este cultural municipio, es un componente esencial cuyo estudio pretende utilizar las visiones y enfoques de cada uno de los visitantes encuestados con respecto al turismo cultural y su Sistema; en paralelo con los turistas que visitan *La Ruta de la Flores*; con lo que se pretende lograr un panorama más claro del perfil del turista de acuerdo con los criterios obtenidos. Para ello se realizaron los siguientes estudios de investigación y diagnóstico:

- **Estudio de la demanda turística de Nahuizalco (*Demanda Real*):** La población y unidad de análisis está conformada por los turistas (*visitantes o excursionistas*)¹⁴ nacionales e internacionales, que visitan el casco urbano de Nahuizalco, determinado una muestra de 384. El *Anexo 9* detalla metodológicamente en síntesis los resultados.
- **Estudio de la demanda turística *Ruta de Las Flores* (*Demanda Potencial*):** La población y unidad de análisis son los turistas (*visitantes o excursionistas*) nacionales e internacionales, que visitan *La Ruta de Las Flores* (*Nahuizalco se excluye, por tener su propia población de estudio*). Se determinó una muestra de 384¹⁵. El *anexo 10* comenta en síntesis la metodología y los resultados obtenidos.

Este diagnóstico concluye: que a pesar de disponer de una segmentación de la demanda turística cultural, se cuenta con un conocimiento incompleto e insuficiente del *perfil del turista cultural de Nahuizalco (real y potencial)*, quien condiciona claramente el tipo de oferta a comercializar, el volumen de negocio y un determinando tipo de mercado concreto. Por lo que se se convierte en uno de los grandes retos de las autoridades turísticas del municipio. Esta consultoría en su propuesta, *prescribe* un perfil de turista cultural (*real y potencial*) que facilite al *Comité de Desarrollo Turístico* una profunda comprensión sobre la demanda turística, la que se debe analizar y comprender continuamente, de manera que se puedan prevenir riesgos y aprovechar sinergias turísticas culturales.

¹⁴ Se diferencia “turistas” (*se quedan al menos una noche en destino*) de “excursionistas” (*visitantes de un día*).

¹⁵ El estudio se realizó en su mayor parte en la celebración “*Día de la Zona de la Ruta de las Flores de El Salvador*”, el primer domingo del mes de octubre de 2016 y culminando en diciembre del mismo año.



5) Competitividad turística cultural de Nahuizalco

Ante los desafíos globales de la industria del turismo, los destinos deben buscar *estrategias de diferenciación* para ser reconocidos y apreciados por sus visitantes; en el turismo cultural, *la identidad de los pueblos* es una variable estratégica en la construcción de *ventajas competitivas sostenibles*. Nahuizalco se consagra en el país como: uno de los cinco principales destinos artesanales (*Artesanías de mimbre y tule, que se traducen en canastas, cestas, sombreros y petates, entre otros*)¹⁶, uno de los siete pueblos de origen indígena, una comunidad *Náhuat-Pipil* cuyo destino turístico se fundamenta en razón de su cultura (*artesanías, gastronomía, paisaje cultural, costumbres, tradiciones, otros*).

La actividad económica de este histórico municipio descansa mayormente en *el turismo*, como una alternativa de desarrollo para sus habitantes. Por lo tanto se debe advertir que los cambios y la intensificación de la competencia que caracteriza a los mercados turísticos de hoy (*Ruta de Las Flores, Circuitos turísticos, programa Pueblos Vivos, Ruta Náhuat Pipil, entre otros*) están obligando a Nahuizalco como otros destinos, a realizar esfuerzos para incrementar su competitividad¹⁷ y poder enfrentarse así con mayores posibilidades de éxito ante las ofertas de sus destinos competidores.

Este diagnóstico apunta: que en tema de competitividad turística, las autoridades del municipio de Nahuizalco, no cuentan con una visión del *poder competitivo* cultural que revele *ventajas comparativas y competitivas*, en función de la descripción de sus distintos componentes o factores y explicados a través de un modelo, que orienten estrategias para competir el turismo cultural con éxito, a nivel regional y nacional.

6) Marca Municipio Náhuat-Pipil

Nahuizalco cuenta con su MARCA MUNICIPIO¹⁸, siendo la primera en el país, un instrumento que se constituye en una herramienta diferenciadora con propuesta de valor para la promoción turística, que le permitirá fortalecer el desarrollo económico, impulsando el turismo con sus productos locales, gastronomía, arte y demás recursos turísticos que le dan distinción, juntamente con un diseño y un *Slogan* que simboliza la principal atracción turística de municipio: “*Tradiciones y Cultura que te encantarán*”. Nahuizalco es un rincón turístico con un patrimonio natural y cultural que imponen su belleza, una tierra de laboriosos artesanos con un espíritu de hospitalidad que encantan a sus visitantes; lo que lo convierten en un auténtico corazón turístico.

¹⁶ A Nahuizalco le acompañan los siguientes destinos: Ilobasco-Cabañas (*Muñecos de Barro*), Arte NAIF de la Palma-Chalatenango (*Artesanía en madera*), San Sebastián-San Vicente (*Confección de textiles*) y Comasagua-La Libertad (*Encanto de Flores Artesanales*). Apud. El Diario de Hoy. Turismo. 5 Destinos Artesanales. Viernes, 2 Junio 2017, p.84-85.

¹⁷ La competitividad de un destino está determinada por una serie de factores (*tangibles e intangibles*) de distinta naturaleza, que en conjunto inciden fuertemente en la capacidad competitiva del lugar. Su definición presenta variadas interpretaciones.

¹⁸ El Centro Nacional de Registros (CNR) a través del Registro de la Propiedad Intelectual: *Marcas Municipio*, en el desarrollo del marco de proyecto *Propiedad intelectual y desarrollo municipal*: entregó al municipio sonsonateco de Nahuizalco su propia marca: “*Nahuizalco, tradiciones y cultura que te encantarán*”, con vigencia por diez años y es renovable por igual período. Tomado de, El Diario de Hoy. Comunidades. *Nahuizalco tiene su propia marca*. Lunes, 11 de julio 2016, p.50.

Precisamente este es el fundamento del pensamiento de las autoridades turísticas en el diseño y formación de su distintivo turístico. UN CORAZON TURÍSTICO, el que está formado por cuatro íconos en forma de caracol por asociarse con las artesanías que se elaboran en el municipio y la textura de ellas es la de un petate, un producto artesanal representativo de Nahuizalco. A continuación se describen los íconos que forman el corazón turístico de Nahuizalco como distintivo que acompaña a la marca municipio:

El **ícono violeta** representa *tradiciones y cultura* propias

El **ícono naranja** representa *la calidez de los/as nahuizalqueños/as*, espíritu de identidad y laboriosidad¹⁹.

Los **íconos azul y verde** representan los *recursos naturales del municipio*.



Estos íconos unidos forman un corazón que representa *la bondad y amabilidad* de las personas que le recibirán en este bello municipio, *su espíritu de hospitalidad*, representa el centro de su Sistema Turístico. La marca municipio se refuerza con el slogan: ***Tradiciones y cultura que te encantarán***, seis palabras que describen su diferenciación, el atractivo, su patrimonio turístico; que asocian una serie de atributos singulares y exclusivos por los que se podrá identificar, reconocer y diferenciar a Nahuizalco. El **anexo 11**, detalla las generalidades de la certificación de la marca municipio.

7) Determinantes de la Oferta Turística Cultural de Nahuizalco

El turismo es un fenómeno que se construye sobre las *determinantes de una oferta* de la que forma parte *la cultura* entre otros bienes (*Destino, Recursos, Productos, Mercado, Actores y el uso de su patrimonio tangible e intangible*), por lo que, no está sometido exclusivamente a una lógica del mercado. Por otra parte, el perfil del turista cultural condiciona claramente el tipo de oferta a comercializar en un destino turístico y, con ello, el volumen de negocio que se puede generar, determinando un tipo de mercado concreto.

La oferta turística cultural de Nahuizalco está constituida por el conjunto de recursos y servicios capaces de motivar a sus visitantes al iniciar una experiencia turística. Sus determinantes descansan en su núcleo turístico urbano, específicamente en el casco histórico del municipio, rodeado de bienes muebles e inmuebles con un conjunto amplio de iniciativas culturales singulares de origen *Náhuat-Pipil*. Su cultura (*tradiciones y costumbres*), es un elemento de distintiva importancia para garantizar la competitividad turística; y no un componente complementario más de su oferta.

¹⁹ El color naranja se suele asociar con la Cultura, la Creatividad y la Identidad (*tradiciones religiosas occidentales y orientales lo asocian con la identidad cultural*). Por ello se ha etiquetado la Economía y Turismo Naranja.



Este diagnóstico contempla que las autoridades turísticas de Nahuizalco, no cuentan con una política de turismo cultural sobre la que se construya la oferta, y fundamenten el origen de sus determinantes, entre las que se mencionan:

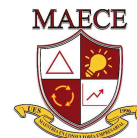
- El papel de la cultura *Náhuat-Pipil* en la conformación como *destino turístico*
- *Los recursos* del Turismo Cultural de Nahuizalco susceptibles de valor turístico
- El ámbito del producto turístico incidiendo en las claves del proceso productivo
- Delimitación y estudio de la organización del mercado turístico cultural
- Los actores del turismo cultural, que condiciona las características de la oferta turística

Sobre esta última determinante de la oferta turística: *Los actores del turismo cultural*²⁰, este diagnóstico orienta especial estudio sobre su conocimiento y sus relaciones en el desarrollo turístico, un elemento básico para la gestión del turismo del municipio, y de importancia trascendental como determinante en las estrategias de la oferta turística. El reto ha sido identificar y comprender; preocupaciones e intereses, expectativas, sugerencias, participación y estrategias de gestión; que cada uno de los actores claves tienen en relación con la práctica turística. Por consiguiente, como actividad de diagnóstico se realizaron las siguientes entrevistas:

- ***Entrevista participativa al Comité de Desarrollo Turístico (CDT)***: conformada por miembros del sector público y privado, responsable *logístico*: de diseñar e implantar políticas, directrices y programas para la práctica turística. El ***Anexo 12*** expone este instrumento y el análisis de sus resultados.
- ***Entrevista estructurada al Comité de Competitividad Municipal (CCM)***: integrada por miembros de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco y sector privado, son responsables de la coordinación y gestión de las líneas estratégicas de competitividad del municipio. El ***Anexo 13*** presenta esta herramienta y el análisis de los resultados.
- ***Entrevista estructurada a Unidades Productivas Ofertantes (UPO)***: comprende a los micros y pequeños empresarios privados que atienden a turistas. El ***Anexo 14*** muestra esta herramienta y el análisis de los resultados recolectados.

Este diagnóstico determina: Las autoridades turísticas de Nahuizalco enfrentan un reto mayor, no cuentan con estrategias que identifiquen las determinantes de una oferta de turismo cultural, solamente refieren con un inventario de recursos generales que no permiten el potencial aprovechamiento turístico cultural. Será propósito fundamental en la propuesta de esta consultoría, diseñar una política turística cultural sobre la que se construya la oferta, y se fundamenten el origen de sus determinantes.

²⁰ Atendiendo la naturaleza del turismo cultural de Nahuizalco, se identifican y delimitan a los actores turísticos claves en tres agrupaciones (*Organizaciones de Planeación, desarrollo y Promoción Turística*), organizados y representados por diversos sectores de unidades productivas.



8) Políticas Públicas (*Gobernanza*) del turismo cultural²¹

El turismo cultural se percibe desde perspectivas muy diferentes, los agentes turísticos no tienen los mismos puntos de vista y es distinta la posición de los actores públicos y privados. Sin embargo, el turismo cultural se percibe *como un todo* por el turista, por lo que resulta necesario que alguien asuma la labor de *coordinación* y *gestión* de las interdependencias entre *turismo* y *cultura*. La política turística²² tiene como objetivo básico promover un correcto desarrollo de la actividad turística, disminuyendo impactos negativos e impulsando los positivos.

La tarea de *coordinación* y *gestión* de los diferentes actores en Nahuizalco en su funcionamiento y organización, es competencia única de los siguientes órganos:

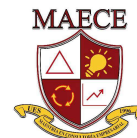
- **Estratégico:** Comité de Competitividad Municipal (CCM), conformada principalmente por miembros de la Alcaldía Municipal y sector privado, se rigen por su reglamentación interna y responsables de la *coordinación* y *gestión* de las líneas estratégicas.
- **Logístico:** Comité de Desarrollo Turístico (CDT), conformada por miembros del sector público y privado, son los responsables de diseñar e implantar: acciones, políticas, directrices y programas para la práctica y promoción turística del municipio.

Estos gestores toman conciencia, que la práctica turística cultural de Nahuizalco se define básicamente a partir de la demanda, sin embargo se construye sobre una oferta de la que forman una parte esencial los bienes públicos (*la cultura, la iglesia, la plaza, el museo,...*) y por tanto, su gestión no está sometido a la lógica del mercado, también la experiencia de estos comités manifiestan; la generación y existencia de diversos conflictos de interés (*público y privado*), a los que se enfrentan al tomar decisiones colectivas.

El turismo cultural es un fenómeno que ha crecido intensamente en las últimas décadas, de manera simultánea se ha intensificado la acción de los gobiernos (*comités y actores*), diseñando e implantado algún tipo de *política turística*. Esta consultoría investigó sobre la existencia de políticas turísticas, constatando que el CCM de Nahuizalco coordina y gestiona dentro de sus seis líneas estratégicas la: (LE:2), denominada “*Fortalecimiento de la Actividad turística*”, perfil en la que descansan a nivel estratégico las directrices, planes y acciones del Sistema turístico de Nahuizalco (*ver anexo 15*). Líneas que dan seguimiento a marca ciudad, modernización del centro urbano, solicitud de rutas turísticas, desarrollo de eventos, intercambios culturales y el fomento cultural.

²¹ La gobernanza es un concepto que apunta a la idea de gobierno, aunque no es el sentido de la institución, sino en el sentido de liderazgo social comunitario; que conlleva la búsqueda de estrategias de diferenciación entre los actores (*del lado de la oferta, cualquier empresa turística que impulsan negocios y del lado de la demanda, el turista que en cualquier parte es un posible destino en la que contribuye su experiencia turística*).

²² **Política turística:** conjunto de acciones que impulsan los gobiernos en ámbito de su competencia con la intención de mejorar el turismo en un destino determinado. Se trata de un conjunto de decisiones y actuaciones con vocación integral cuyo objetivo general sea enfrentar los retos de los *destinos, los actores y los productos*.



El turismo siempre ha sido un espacio de trabajo transversal, es recurrente escuchar el axioma que esta actividad es un fenómeno *económico, social, cultural y hasta político*. Tradicionalmente la *política turística* ha sido considerada como una *política económica*, por ello el fenómeno turístico, a la hora de ser abordado por los gobiernos, se enfoca desde la perspectiva del *mercado* y, en general, se diseñan acciones con un marcado acento económico. Esta consultoría indica que es necesario relacionar la dimensión económica con *lo cultural y lo social* si realmente se pretende trabajar con la idea de sostenibilidad²³.

La gobernanza del turismo cultural supondría avanzar un paso más a que Nahuizalco supere conflictos en materia turística, trabajando en tres dimensiones:

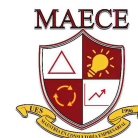
- i. No afecta sólo a la institución tradicional del gobierno, sino que también implica el reconocimiento de que el poder existe dentro y fuera de la autoridad formal.
- ii. *Gobernanza* es un concepto que manifiesta diferentes formas de colaboración entre actores. No hay una única manera de abordar la gobernanza del turismo cultural, cada destino (*por sus características culturales, sociales, históricas o institucionales*) determinan sus procesos propios y el modelo que pueda impulsarse.
- iii. Lo importante para la gobernanza del turismo no son las instituciones, *sino los procesos* que permiten trabajar de manera más horizontal.

Este diagnóstico señala: La política turística de Nahuizalco es general y no atiende o carece de políticas específicas y requeridas del turismo cultural *Náhuat-Pipil*. La singularidad de las políticas dirigidas al turismo cultural podría tener su origen en *la singularidad de los bienes* con los que se construye la oferta: *Destino, Recursos, productos, Actores, las manifestaciones culturales*. Se entiende por tales los bienes de patrimonio cultural tangible e intangible, las artes escénicas, las industrias culturales o procesos creativos. En tal sentido como propuesta potencial, deben existir políticas, estrategias y acciones específicamente diseñadas para este fin.

Una política turística cultural debe percibir entre otros lineamientos importantes, algunos objetivos básicos que deben estar puntualmente redactados:

- *Sinergia relacional éntrelos actores turísticos y culturales*
- *Acciones de reconocimiento y reflexión sobre la identidad indígena Náhuat-pipil.*
- *Conciencia del valor de los recursos culturales y de su gestión.*
- *Promoción turística (diferenciación) para generar un mayor sentido de orgullo y de pertenencia por su cultura entre la población local.*
- *Un Código de Ética (buenas prácticas) que defina derechos y responsabilidades*
- *Comprender y trabajar el turismo, conjuntamente con miembros de la comunidad.*

²³ Desde el punto de vista político, se ha prestado poca atención, a la relación entre *el turismo y la cultura*, a pesar de que resulta evidente que un patrimonio de atractivos culturales son la base para el desarrollo del turismo. Esta falta de atención es tanto de los responsables de *política turística hacia la cultura*, como de los responsables de *políticas culturales hacia el turismo*.



La alcaldía de Nahuizalco, cuenta con una ordenanza municipal²⁴, que reconoce y promueve; el desarrollo integral en lo *económico, social, cultural, y participación efectiva* en el ejercicio de los derechos civiles y políticos de las comunidades indígenas *Náhuatl-Pipil (ancestrales artesanos por excelencia)*.

La ausencia de estos puntos deriva en causantes de los conflictos más serios que existen en el turismo cultural y que normalmente no se incluyen en la política turística. Esta observación diagnóstica evidencia la necesidad de una nueva y mejor forma de gestionar el turismo cultural, a lo que esta consultoría denomina *Gobernanza*: una fórmula de *gestión*, basada en una adecuada integración, colaboración e interdependencia; cuyo trabajo en conjunto permita: *cumplir objetivos y mejorar rendimientos en su ventaja competitiva*; agrupando conocimiento, experiencia, pero lo más importante: *enfrentar retos y conflictos* de la práctica turística cultural.

9) Análisis de causas del Sistema Turístico Cultural *Náhuatl-Pipil*

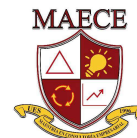
Corresponde analizar los principales factores de incidencia o implicados directamente en el problema del Sistema Turístico de Nahuizalco; definido y planteado como: *desaprovechamiento del potencial del Sistema Turístico Cultural Náhuatl-Pipil, en el municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate*²⁵. Para especificar estos factores se utiliza el *modelo de la espina de pez de Ishikawa*²⁶; una herramienta valiosa que resume situaciones de diagnóstico, explorando y analizando los principales factores (*espinas Grandes*) participantes en el problema planteado; identificando las causas posibles (*espinas medianas*) que son conectadas con la espina grande. Su formación es un mapa conceptual que se representa en un diagrama, enmarcando el problema y sus causas, mediante un proceso lineal y fundamentado en un pensamiento lógico.

El **anexo 16** determina los principales factores (*espinas grandes*) del estudio y análisis de causas de la problemática del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, esta consultoría se enfoca fundamentalmente en elementos del *análisis interno* de este diagnóstico (*demanda, competitividad diferenciadora, gobernanza, productos, recursos, mercado y actores turísticos*), por tener control directo sobre sus causas y propuestas.

²⁴ Ordenanza Municipal, sobre derechos de las Comunidades Indígenas asentadas en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate. Decreto número uno. El Concejo Municipal de Nahuizalco, Departamento de Sonsonate: Escrito textual, tomado de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco, en cooperación con: el Reino de los Países Bajos, Iniciativa Social para la Democracia (ISD), Movimiento de Unificación de Indígena de Nahuizalco y ICCO Cooperación. Dado en Nahuizalco a los 24 días del mes de Octubre de 2010; el día 8 *Ozomatli* del cagador.

²⁵ El Capítulo I de esta investigación *Marco Referencial*, traza el planteamiento del problema del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, definido, formulado y esquematizado con sus posibles causas y efectos, destacando sinérgicas entre ellas.

²⁶ *Karo Ishikawa* defiende que es importante explorar todas las cosas que podrían provocar un problema determinado, antes de empezar a pensar en una solución. Su modelo de la espina del pez, desarrollado en 1990, es una forma de analizar la causa y el efecto. Un esquema conceptual mediante diagrama: "*Espina de pescado*" "*Causa-Efecto*" o "*Ishikawa*".



10) Identificación y evaluación de factores internos

Una vez finalizado el diagnóstico interno relacionado con el *Sistema Turístico de Nahuizalco*, se listan las *Fortalezas y Debilidades* (*ver Anexo 17*), que son las actividades que la práctica turística de este municipio puede controlar y cuyo desempeño es especialmente bueno o deficiente. Estas variables dependen de los recursos turísticos (*Destino, producto, actores, mercado, oferta entre otros*), de la gestión turística cultural por parte de las autoridades correspondientes y los objetivos propios de esta consultoría.

Identificar y evaluar estos factores internos, constituye una tarea fundamental de este diagnóstico; con el objetivo de descubrir estrategias turísticas que capitalicen las fortalezas y reduzca o elimine las debilidades. Esta actividad de síntesis en las que se evaluaron estos componentes más importantes, fue realizada en conjunto con las autoridades turísticas de Nahuizalco, mediante una *Matriz de Evaluación de Factores Claves Turísticos Internos (MEFI)*²⁷ (*ver anexo 18*). Esta herramienta corresponde a una valoración ponderada, donde lo más importante es comprender los factores incluidos que las mismas cifras contenidas, proporcionando información importante para la formulación de estrategias turísticas culturales.

Este diagnóstico Interpreta: El resultado ponderado de la MEFI del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco es de **2.4, MUESTRA UNA DEBILIDAD INTERNA**, cuentan con Fortalezas a utilizar y se debe realizar una revisión de las Debilidades para reducirlas o de ser posible eliminarlas.

11) Consideraciones sobre análisis de diagnóstico interno

Para el diagnóstico interno, se valoran las siguientes valoraciones:

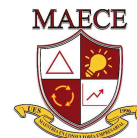
- Este diagnóstico ha recurrido a la observación de la práctica turística del municipio, como método empleado para obtener información que no se puede obtener de otra fuente, anotando metodológicamente, los acontecimientos, procedimientos y comportamientos relacionado con el problema que atiende esta consultoría.
- La organización de datos de este estudio, se agrupa en dos dimensiones:
 - Estudio de la demanda turística cultural (*real y potencial*)
 - Estudio de los determinantes de la oferta turística

Para la comprensión de estos datos se tabularán tanto las repuestas al cuestionario como las entrevistas realizadas en cuadros resumen.

²⁷ Matriz de análisis que permite a estrategias, resumir y evaluar la información interna (*Destino, recursos, productos, actores, mercado, gobernanza*) y decisiva del Sistema Turístico, determinantes para la matriz de perfil competitivo y FODA.



- Durante la fase de diagnóstico, fue necesario proporcionar y discutir con miembros del *Comité de Desarrollo Turístico*, información reunida, razonada y analizada (*aportes útiles, importantes y novedosos, el enfoque de los consultores, y otros*), esta práctica de “*numerosos pasos cortos*” además de ser un método propio de diagnóstico es simultáneamente una intervención técnica para fomentar el cambio en el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.
- Conforme a los avances de este diagnóstico, se proporcionó información a los actores turísticos involucrados sobre: resultados de campo (*cuestionario y entrevistas*), pruebas de hipótesis, conclusiones preliminares y formulación de posibles soluciones que servirán de base para la propuesta, además de conocer la reacción satisfactoria de las autoridades turísticas.
- Los datos se analizaron con el empleo de técnicas estadísticas, que dejan al descubierto relaciones cualitativas que son sustanciales y no sólo accidentales, para ello se utilizó el análisis causal que tiene por objetivo descubrir las relaciones causales entre las condiciones y los acontecimientos, proporcionando un medio para las mejoras.
- Una de las tareas fundamentales de este diagnóstico ha sido determinar las causas o factores que ocasionan el problema como también *las relaciones y sus interrelaciones potenciales*; entendiendo sus dificultades más que señalar culpables; para ello se inició con causas preliminares y sus hipótesis, aplicando el método científico descrito.
- En toda la fase de diagnóstico, se observaron métodos de trabajo, condiciones de recursos turísticos (*oferta y demanda turística*), actitudes y comportamiento de los actores claves, como la forma en que se establecen las relaciones entre los gestores del turismo y gestores de cultura.
- Esta consultoría utiliza un cuestionario como herramienta útil para obtener un número limitado de hechos sencillos de un gran número de turistas, el formato fue diseñado para el estudio de la *Ruta de Las Flores* como para los visitantes del municipio de Nahuizalco. Este instrumento fue preparado para un solo objetivo: determinar la demanda turística de Nahuizalco y de la *Ruta de Las Flores*, las preguntas siguen un orden lógico que fue sometido a unas pruebas preliminares (*Prueba piloto*).
- Para la recopilación de datos, también se utilizó la técnica de entrevistas *estructurada* a miembros de Comité de Competitividad Municipal y las Unidades Productivas Ofertantes (*UPO*) y entrevista participativa (*flexible y adaptable*) al Comité de Desarrollo Turístico. Ya que este diagnóstico se construye no sólo de las respuestas directas, sino también de las deducciones, observaciones, opiniones, anécdotas, actitudes y gestos que las acompañan. Los datos obtenidos se orientan a resolver los problemas o a introducir mejoras.



- La sensibilidad de los factores culturales han influido considerablemente en la recopilación de datos, tanto en la utilización del cuestionario, como entrevistas realizadas y la observación de prácticas turísticas, siendo una de las dificultades manifestadas en esta consultoría.
- El éxito de este diagnóstico (*recopilación y análisis de datos*), obedece a la participación colectiva de los actores claves relacionados con el problema planteado del Sistema Turístico de Nahuizalco, cuyo objetivo fue obtener datos relativos al problema y búsqueda de soluciones de mejora. Esta fase ha sido de un tiempo prolongado y costoso que no debe ignorarse (*por la naturaleza de la consultoría y la agenda de los actores claves*).

XIII. DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO (EXTERNO)

Este apartado de diagnóstico, examina las herramientas y los conceptos necesarios para un análisis de los factores externos del Sistema Turístico de Nahuizalco, tarea que se concentra en evaluar las tendencias y los eventos que excedan el control como destino turístico. Este estudio revela las oportunidades y amenazas claves a las que Nahuizalco se enfrenta en sus prácticas turísticas culturales; permitiendo a las autoridades formular estrategias para el aprovechamiento de oportunidades y evitar o reducir el impacto de amenazas.

1) Segmentos del entorno del STC de Nahuizalco

Este análisis comprende la descripción de la situación actual y tendencias, de diferentes aspectos del entorno, de las que no tiene control pero que inciden directamente en el desempeño del *Sistema Turístico de Nahuizalco*. Este diagnóstico aborda este análisis bajo tres marcados segmentos de potencial influencia e incertidumbre turística (*Ver Anexo 19*):

- i. **Entorno turístico Náhuat-Pipil** (*la inseguridad, rutas turísticas relacionadas, inversión rural, evolución de la lengua Náhuat, otros*).
- ii. **Entorno Nacional** (*Indicadores económicos relacionados, regulaciones y gestiones institucionales de la industria turística, políticas turísticas gubernamentales, fortalecimiento cultural, industrias relacionadas al turismo, demografía, otros*).
- iii. **Entono Mundial del turismo** (*Turismo cultural en Centroamérica y el mundo, aspectos tecnológicos, factura petrolera y el futuro del turismo cultural*).

2) Factores externos PESTT

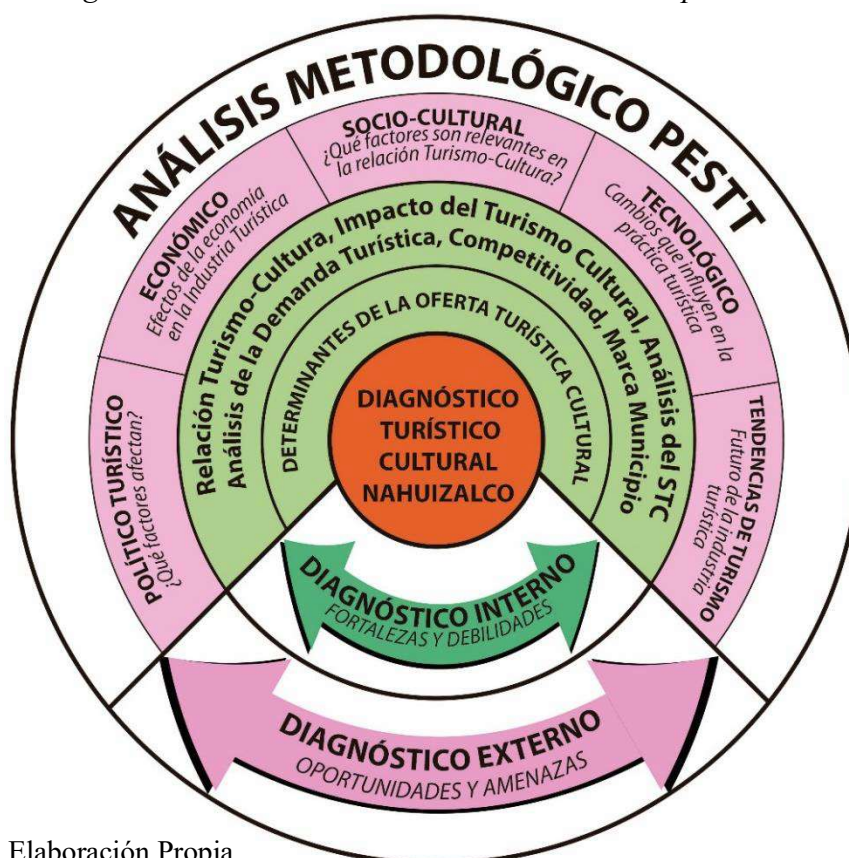
En este análisis, es importante identificar *los factores* que podrían afectar a un número importante de variables vitales en cada uno de los entornos mencionados, y que pueden influir en los niveles de oferta y demanda de la práctica turística de Nahuizalco.

Por consiguiente, esta diagnóstico realiza una adaptación al modelo *PEST*, al que denomina *PESTT*²⁸, un acrónimo de importancia creciente en el análisis del macro-entorno conjuntamente con sus factores externos: *Políticos Turísticos, Económicos, Socio-Culturales, Tecnológicos, y Tendencias futuras del turismo. (Ver anexo 20).*

3) Dimensiones o variables utilizadas para el análisis *PESTT*

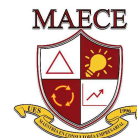
El Sistema Turístico de Nahuizalco es afectada por factores externos que están conformando al turismo del mañana, con pocas posibilidades de influir en ellos. El modelo *PESTT*, es una herramienta de utilidad que el *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco (CDT)*, podrá utilizar para realizar el análisis del entorno, detectar y listar los factores externos principales, comprendiendo además; los efectos positivos (*oportunidades*) y negativos (*amenazas*) que pueden tener en los mercados turísticos, la capacidad de los destinos y responder a las demandas futuras. Los resultados producen un importante insumo a ser incorporados para el análisis FODA, parte importante del diagnóstico turístico de Nahuizalco (*Ver figura 6*).

Figura 6. Diagnóstico Turístico Cultural Externo Náhuat-Pipil de Nahuizalco



Fuente: Elaboración Propia

²⁸La importancia creciente del análisis del *macro-entorno*, ha hecho desarrollarse una versión actualizada del modelo *PEST*, por ello han surgido otras variantes: Para muchos autores las adiciones son innecesarias, ya que se consideran que son aspectos que perfectamente encajan dentro de los cuatro factores originales. Una herramienta abierta y en evolución.



Este diagnóstico advierte que *todo proceso estratégico se inicia, necesariamente con una labor de análisis, que debe ser lo más detallada y precisa posible*. El **anexo 21** revela esta compleja tarea diagnóstica del entorno, detallando las dimensiones y variables utilizadas con la metodología *PESTT*.

4) Matriz *PESTT* para el diagnóstico del STC de Nahuizalco

Una vez analizado exhaustivamente en conjunto con el Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco la metodología *PESTT*, sus componentes, dimensiones y variables del entorno del Sistema Turístico descritos a lo largo de este estudio; corresponde para este diagnóstico en particular y la consultoría en general, analizar metódicamente la construcción de una *Matriz PESTT* que agrupa las variables más significativas (**Ver anexo 22**); y de manera conjunta se analiza *el perfil del entorno turístico cultural* (**Ver anexo 23**).

5) Identificación y evaluación de factores externos

El corazón de este estudio se materializa en un listado de factores externos principales, comprendiendo los efectos positivos (*oportunidades*) y negativos (*amenazas*) como producto del análisis del entorno del *Sistema Turístico de Nahuizalco*, que pueden tener en los mercados turísticos y la capacidad de Nahuizalco para responder sosteniblemente. Una vez analizado brevemente los factores *PESTT* y el vasto número de variables relacionados se listan las *Oportunidades* y *Amenazas* determinadas (**Ver Anexo 24**).

Como se ilustró en la evaluación de los factores internos, es la misma metodología para identificar y evaluar las variables del entorno, permitiendo que las autoridades turísticas formulen estrategias para el aprovechamiento de oportunidades y evitar o reducir el impacto de amenazas de la industria del turismo. Esta actividad de síntesis en las que se evaluaron los componentes *PESTT*, fue realizada en conjunto con el Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco, mediante *la ponderación del atractivo del entorno de la industria turística para este municipio*; elaborando una *Matriz de Evaluación de Factores Claves del Entorno* turístico (MEFE)²⁹. (**Ver Anexo 25**)

Este diagnóstico Interpreta: El resultado ponderado de la MEFE del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco es de **2.52**, lo que quiere decir que **CUENTA CON OPORTUNIDADES QUE DEBEN SER APROVECHADAS** y una revisión minuciosa para evadir amenazas de la industria turística.

²⁹ Matriz de análisis que permite a los estrategas, resumir y *evaluar* toda la información externa y decisiva del entorno turístico, determinantes para la matriz de perfil competitivo y FODA.

XIV. ANÁLISIS Y ELECCIÓN DE ESTRATEGIAS TURÍSTICAS

El análisis y elección de estrategias consiste en tomar decisiones subjetivas a partir de información objetiva. Este apartado presenta las principales herramientas factibles al evaluar o elegir un curso específico de acción. Las autoridades turísticas considerarán dentro de la propuesta las alternativas que pueden fortalecer el Sistema Turístico de Nahuizalco³⁰.

1) Modelo analítico para la formulación de estrategias turísticas

Las diferentes técnicas para formulación de estrategias pueden formularse en un modelo de toma de decisiones de dos etapas (*Ver Tabla 10*). Las herramientas que este modelo presenta son aplicables a organizaciones de todo tamaño y de cualquier tipo, y pueden ayudar a las autoridades turísticas a identificar, evaluar y elegir estrategias.

Tabla 10. *Modelo analítico para la formulación de estrategias turísticas*

Modelo analítico para la formulación de estrategias turísticas		
ETAPA ANALÍTICA DE INSUMO		
Matriz de Evaluación de Factores Internos (<i>MEFI</i>) (<i>Ver anexo 18</i>)	Matriz de Evaluación de Factores Externos (<i>MEFE</i>) (<i>Ver anexo 25</i>)	Matriz de Perfil Competitivo Turístico (<i>MPCT</i>) (<i>Ver anexo 26</i>)
ETAPA ANALÍTICA DE ADECUACIÓN		
Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (<i>FODA</i>) (<i>Ver Anexo 28</i>)	Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de Acción Turística (<i>PEEAT</i>) (<i>Ver Anexo 30</i>)	

Fuente: *Elaboración propia, Apud* David Fred y David Forest (2017). *Conceptos de Administración Estratégica*. 15ª Edición. Editorial Pearson, S.A. Ciudad de México. México, p.170-171.

A continuación se describen las etapas analíticas de este modelo de formulación de estrategias turísticas:

- **Etapla analítica de insumos:** los datos proporcionados por estas tres matrices constituyen el insumo básico de información para las matrices de la *etapa de adecuación*. Estas herramientas exigen que se cuantifiquen la subjetividad durante las primeras etapas del proceso de formulación de estrategias.
- **Etapla analítica de adecuación:** la estrategia suele definirse en términos de la adecuación que realiza entre los recursos y habilidades internas, como las oportunidades y riesgos creados por sus factores externos, esta etapa cuenta con una serie de herramientas, para este diagnóstico solamente se muestran dos de ellas.

Nota: las herramientas indicadas, Matriz de Evaluaciones de Factores Internos (*MEFI*) y externos (*MEFE*), fueron presentados en los diagnósticos correspondientes.

³⁰ Existe una infinidad de acciones posibles y de formas de implementarlas, es necesario desarrollar, examinar, priorizar y elegir entre un conjunto manejable de las estrategias alternativas que resulten atractivas. Así mismo es preciso determinar las ventajas, las desventajas, las disyuntivas, los costos y los beneficios que tales estrategias conlleven.

2) Matriz de Perfil Competitivo Turístico de Nahuizalco (MPCT)

Corresponde en este diagnóstico evaluar el perfil competitivo turístico de Nahuizalco en relación de la *Ruta de Las Flores*, para ello se utilizará una herramienta de análisis denominado *Matriz de Perfil Competitivo Turístico (MPCT)*. Es una herramienta analítica que identifica el comportamiento de competidores más importantes de un destino turístico, e informa sobre sus *fortalezas y debilidades* particulares. Los resultados de esta matriz MPCT, dependen básicamente de los juicios subjetivos aportados y fundamentados en la experiencia por parte de las autoridades turísticas de Nahuizalco; por ello debe usarse en forma prudente dentro del proceso de toma de decisiones.

A continuación se describe el procedimiento para construir la matriz MPCT:

- 1) Se identifican los factores decisivos de competitividad, relacionando Nahuizalco con el circuito turístico de la *Ruta de Las Flores* en su conjunto.³¹
- 2) Asignar una ponderación a cada factor, con el objeto de indicar la importancia relativa de ese factor para el éxito de la industria turística.

0.0 = Sin importancia	1.0 = Importancia
-----------------------	-------------------

NOTA: La suma debe ser igual a 1.

- 3) Se asigna un valor (*debilidad o fortaleza*) a cada factor clave según los competidores turísticos, así como el destino de Nahuizalco en estudio:

Debilidad	Valor	Fortaleza	Valor
Grave	1	Menor	3
Menor	2	Importante	4

- 4) Multiplicar la ponderación asignada por el valor de cada factor según clasificación.
- 5) Sumar la columna de resultados ponderados para cada destino turístico. El más alto indicará al competidor de mayor fortaleza y el menor al más débil.

INTERPRETACIÓN DIAGNÓSTICA: El resultado de la *MPCT* de Nahuizalco es de **2.42**, un BAJO PERFIL COMPETITIVO TURÍSTICO contra *Ruta de Las Flores*; esta consultoría concluye que es necesario fortalecer mediante estrategias turísticas aquellos factores que se encuentran competitivamente débiles.

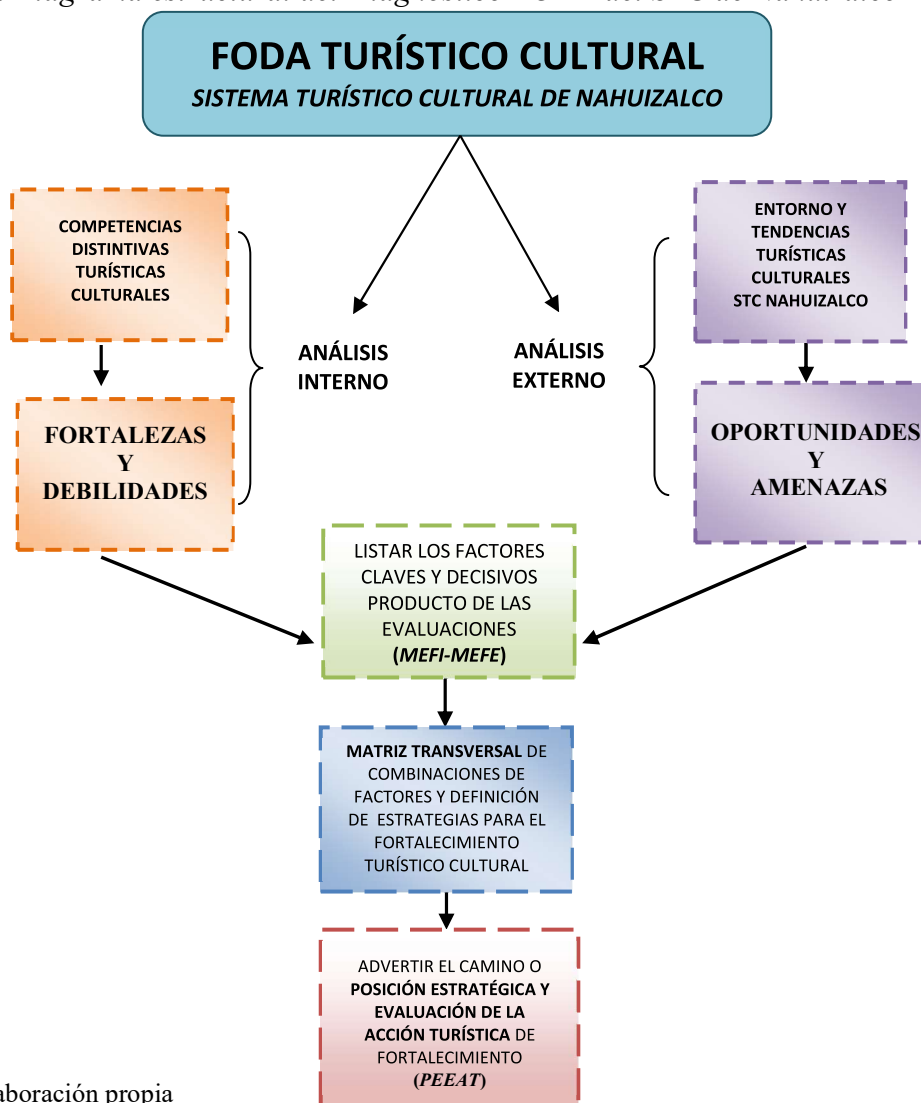
El **anexo 26** revela la Matriz del Perfil Competitivo de Nahuizalco en comparación con el circuito de La Ruta de *Las Flores*, la que comprende una serie de factores competitivos, descripción y justificación; así como las ponderaciones, valores y resultados de la práctica turística, información valiosa para las autoridades turísticas en la toma de decisiones.

³¹ Para este propósito, se fundamentó su análisis en las determinantes de la Oferta Turística identificadas y que exponen en El modelo Diamante de Porter de Competitividad Turística de Nahuizalco (*Modelo propuesto en el capítulo IV*)

3) Análisis de FODA TURÍSTICO CULTURAL (*Participativo-Colaborativo*)

Una vez realizado el diagnóstico interno y externo del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, corresponde complementar en este apartado el análisis FODA³², una herramienta de marco estratégico que evalúa a profundidad y rigor el escenario turístico de este histórico municipio.³³ La *figura 7*, revela la ruta metodológica en la que se desarrolla este instrumento:

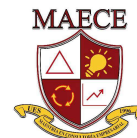
Figura 7. Diagrama estructural del Diagnóstico FODA del STC de Nahuizalco



Fuente: elaboración propia

³² La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas (*factores críticos positivos con los que se cuenta*), Oportunidades, (*aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas*), Debilidades, (*factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir*) y Amenazas, (*aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de objetivos*). Es una herramienta de análisis del entorno con un marco estratégico del modelo SWOT (1965... término FODA traducido al inglés).

³³ Los consultores conjuntamente con las autoridades turísticas de Nahuizalco, han sido responsable de esta investigación, donde NO se ha pretendido ver este diagnóstico con lentes de color rosa.



El anterior esquema, ilustra el camino transitado por este diagnóstico turístico; un análisis que representa el esfuerzo por examinar la interacción de las características particulares del *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*.³⁴ El objetivo de esta herramienta de estudio, consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que la dinámica de la habilidad turística cultural de Nahuizalco; será capaz de afrontar cambios y turbulencias en el contexto turístico, (*oportunidades y amenazas*) a partir de sus fortalezas y debilidades internas. Para este diagnóstico, el análisis FODA se enfoca solamente hacia los factores claves que orienten el Fortalecimiento del *STC de Nahuizalco* (*Ver anexo 27*)³⁵.

El *anexo 28*, muestra una matriz FODA (*agrupando sus cuatro factores*); un instrumento de importancia para los gestores del turismo de Nahuizalco, que le permite desarrollar cuatro tipos de estrategias³⁶ que orientan *la propuesta de esta consultoría*. Esta matriz FODA de Nahuizalco, contempla niveles de estrategia turística cultural.

4) Posición Estratégica y Evaluación de Acción Turística (PEEAT)

Después de enmarcar la matriz FODA con las estrategias turísticas para el Fortalecimiento del *Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil*, es necesario advertir el camino o tendencia de su propuesta; es decir la Posición Estratégica y Evaluación de la Acción o Propuesta Turística (PEEAT)³⁷. Esta Matriz permite al Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco conocer hacia donde o en qué tendencia se deben encaminar las estrategias diseñadas.

Este instrumento de análisis PEEAT con sus resultados, permite que las estrategias obtenidas en la matriz FODA, sean afinadas y enriquecidas. Ambas herramientas tienen su punto de partida en los datos que en su mayoría son obtenidos de la *MEFI* y *MEFE* desarrollados en el diagnóstico de esta consultoría. Para la construcción de la matriz PEEAT, el *anexo 29* presenta una lista que contiene una serie variables con sus respectivas evaluaciones ponderadas, atendiendo las dimensiones internas y externas.

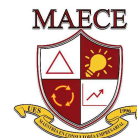
Una vez obtenido el resultado PEEAT, se establece el cuadrante sobre al cual se dirigen las estrategias que fortalecerán el Sistema Turístico de Nahuizalco (*Ver Anexo 30*).

³⁴ Esta herramienta tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado a todo nivel estructural y en diferentes unidades de análisis (*producto, mercado, destino turístico, estrategia de negocio, línea estratégica, Otros*).

³⁵ En la construcción de esta información, se contó con la participación de autoridades turísticas de Nahuizalco y miembros de la comunidad local, en la que se enfatizó anteponer la creatividad sobre la evaluación crítica.

³⁶ La Matriz FODA desarrolla cuatro tipos de estrategia: **F-O** son las mejores estrategias para sacar el máximo provecho de las oportunidades, **D-O** se generan para reducir o eliminar las debilidades de tal manera que no inhiban el aprovechamiento de oportunidades, **F-A**. fortalezas bien canalizadas, protegen y hace menos vulnerable para mejorar posibilidades de éxito en el entorno, **D-A**: previenen que las amenazas debiliten la vulnerabilidad que las debilidades generan.

³⁷ Modelo teórico adaptado del original denominado PEEA (*Posición Estratégica y Evaluación de Acción*), una matriz de un marco de cuatro cuadrantes, que muestra el tipo de estrategias que se necesitan (*agresivas, conservadoras, defensivas o competitivas*). Sus ejes PEEA son: *Dimensiones Internas*: Fortaleza Financiera (FF), Ventaja Competitiva (VC), y *dimensiones Externas*: Estabilidad Entorno (EE), y Fortaleza de la Industria (FI). Ambas se consideran determinantes de la posición estratégica global. En la adaptación del modelo PEEA, este diagnóstico sustituye la variable interna Fortaleza Financiera (FF) por Fortaleza Turística (FT), el resto de cuadrantes se mantienen fiel al modelo original.



INTERPRETACIÓN DIAGNÓSTICA:

La posición estratégica apunta hacia una dirección AGRESIVA, lo que implica que el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, se encuentra en ***una excelente posición turística***, en la que sus autoridades formularán estrategias con una propuestas de fortalecimiento encaminadas a utilizar fortalezas internas, aprovechar las oportunidades externas; vencer debilidades y eludir las amenazas de la industria turística.

5) Consideración de previsiones y tendencias en la selección de estrategias

Con la cautela apropiada de esta consultoría, a lo largo de este diagnóstico, se han considerado previsiones, *que consideran la evolución y tendencias* de la práctica turística de Nahuizalco, que no sustituye las tradicionalmente establecidas, pero que son probadas y aceptadas por los actores claves que realizan directamente la actividad turística fundamentado en experiencias que ellos mismos han suministrado y que sirven de base para tomar decisiones sobre política turística a futuro. Esta tarea cimentada en la observación ha sido una tarea larga y ardua.

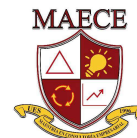
XV. ANÁLISIS DE BRECHA DE CONSULTORÍA (GAP)

El análisis de brechas (*GAP traducida al inglés*) es un modelo que permite comparar la condición real de la actividad turística de Nahuizalco y su práctica potencial.³⁸ En esencia, responde a dos interrogantes: *¿En qué situación se encuentra el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco? (el estado actual)* y *¿En dónde se debe encontrar? (una declaración a futuro por los actores y turistas)*. Este modelo es conocido como un análisis de necesidades, lo que en principio básico es: encontrar soluciones a problemas para fortalecer el desempeño del Sistema Turístico de Nahuizalco (*PROPUESTA*).

Este modelo es más orgánico que el FODA, ya que orienta una apreciación conceptual sobre las dolencias y plasmar la propuesta de soluciones posibles (*PROPUESTA DE CONSULTORÍA*), la que debe contener estrategias, acciones y medidas necesarias para fortalecer las brechas entre uno y otro escenario. Además debe considerarse para las autoridades turísticas; una oportunidad de mejora del desempeño turístico. El proceso GAP consiste en examinar el rendimiento actual y real de la práctica turística de Nahuizalco (*resultados de este diagnóstico*), los que son comparados con la actividad deseada.³⁹

³⁸ Que significa análisis GAP, Esta herramienta de evaluación o análisis muy efectivo, que compara las expectativas de un ofrecimiento de servicio de consultoría con la experiencia real.

³⁹ Se puede realizar para evaluar de manera comparativa los resultados promedio en relación con la industria turística, para encontrar algunas brechas en el rendimiento respecto a la competencia en la rama de turismo. El proceso básico se mantiene y la meta será encontrar una brecha y trabajar para cerrarla.



Este análisis se ha realizado a nivel estratégico con profundidad en algunos aspectos operativos del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, atendiendo los objetivos propuestos por esta consultoría. Obteniendo como resultado: ideas a evaluar, soluciones de fortalecimiento turístico y mejora del desempeño mediante buenas prácticas.

El análisis de brechas de la práctica turística de Nahuizalco contienen los componentes:

- Síntesis descriptiva de la condición actual del Sistema Turístico de Nahuizalco, identificando (*Análisis Interno y Externo*) y las perspectivas e interrogantes del futuro.
- Identificación y descripción de la brecha, antes de encontrar modos de remediarla.
- Se elabora lista de las posibles soluciones (*acciones y mejoras propuestas*) para cubrir la brecha entre las condiciones actuales de Nahuizalco y su fortalecimiento turístico.

El **Anexo 31** determina el análisis de brecha (*GAP*) del STC de Nahuizalco.

XVI. REFUTACIONES A HIPÓTESIS DE CONSULTORÍA

Este diagnóstico **conlleva la investigación de hipótesis** en cuanto a las causas del problema planteado, **la consultoría enfoca el análisis causal** sobre la base de la información reunida (*conocimientos teóricos y la observación*), en consecuencia, se tiene una idea acerca de las posibles causas principales, confirmando o rechazando las hipótesis. La misma calidad del diagnóstico permite eliminar algunas causas hipotéticas y establecer la causa real

Este informe de diagnóstico enuncia respuestas a las hipótesis formuladas por esta consultoría, las que surgen sobre la base de antecedentes empíricos, teóricos-metodológicos y de la inmersión inicial en el campo de la práctica turística de Nahuizalco. Estas hipótesis son de naturaleza inductiva⁴⁰, y de tipo analítica (*relacional-causal-secuencial*). Su formulación depende del *enfoque* y *alcance* inicial de esta investigación, por lo que este diagnóstico describe brevemente las características metodológicas de este estudio (**Ver Anexo 32**). Atendiendo la naturaleza de esta consultoría se formularon hipótesis de carácter cualitativo, las que con sus respuestas ampliarán conocimiento, mediante la investigación de campo y el análisis de resultados de las entrevistas realizadas:

Estas hipótesis de carácter cualitativo dentro de la consultoría, es una posibilidad en la manera que se percibe el *Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco*, por lo tanto debe tener una respuesta cualitativa para contrastar, no corresponde a la estructura de una hipótesis cuantitativa, ya que no hay prueba de hipótesis utilizando procedimientos estadísticos; y deja la posibilidad de nuevos hallazgos o respuestas a posibles significados no previstos. **El anexo 33** presenta respuestas cualitativas a las hipótesis formuladas en esta consultoría.

⁴⁰ Las hipótesis en la investigación cualitativa no confirman para la población objeto de estudio, ni se estará en posibilidad de hacer predicciones a nivel probabilístico. En el enfoque *cualitativo*, las hipótesis más que probarse, sirven para incrementar el conocimiento de un evento, un contexto o una situación. Su simple generación ayuda a dar mayor sentido de entendimiento.



XVII. CONSIDERACIONES DEL INFORME DE DIAGNÓSTICO

El informe de diagnóstico se presenta a nivel de síntesis que identifica *las medidas esenciales de solución*, lo que proporciona una vinculación con la fase siguiente del proceso de consultoría, LA PROPUESTA. A continuación, unos considerandos:

- A lo largo de este diagnóstico, se recolectaron y analizaron datos e ideas sobre cómo se puede resolver el problema de consulta y de qué manera contribuye en alcanzar los objetivos del *Comité Turístico de Nahuizalco* y a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, por lo que las *conclusiones*, prepara la propuesta de la consultoría.
- Para el diagnóstico del problema planteado, se ha considerado un análisis de brechas, existiendo una diferencia entre la situación real de la práctica turística de Nahuizalco y una potencial o deseada; la primera deja al descubierto la realidad, sin embargo determinar el futuro ha sido una tarea compleja, por lo que constituye una parte esencial de este estudio en las posibilidades y mejoras futuras.
- La información sobre resultados de diagnóstico, contiene factores novedosos y útiles para los actores claves del *Sistema Turísticos de Nahuizalco*, enfocando la capacidad potencial de solución y sugerir los elementos positivos que se podría reforzar.
- Para propósitos académicos, esta consultoría separa la propuesta del presente diagnóstico, ya que esta última fase contempla por funciones prácticas una serie de actividades e involucra técnicas y herramientas que se consideran útiles encaminadas a la resolución del problema y dar respuesta a las preguntas de investigación.
- Para propósitos prácticos de este diagnóstico, **el análisis y la síntesis de los hechos del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco se aplican simultáneamente**. La descripción de la realidad de las condiciones de este destino turístico, los acontecimientos y sus causas, es sólo un aspecto del análisis, el más importante es sacar conclusiones, elaborar propuestas de acción y determinar qué se puede hacer, si se tiene la capacidad potencial para hacerlo y qué beneficios se obtendrían en el futuro, lo que se transforma gradualmente en una síntesis.
- **La fase de diagnóstico de esta consultoría termina con la emisión de un informe oficial** (*previo de una serie de reuniones para su discusión y examen de las conclusiones principales, que ante un proceso largo y costoso es bien acogido por las autoridades turísticas*). Este informe debe contener la metodología, si se han confirmado las hipótesis o descubierto nuevos problemas y posibilidades, y lo más importante **como orientar la resolución del problema**, lo que indica que la misión de consultoría continúa con la propuesta.



ANEXOS Descripción	Ver TG⁴¹
Anexo 1. <i>Síntesis descriptiva del Marco Referencial de esta consultoría</i>	Anexo A
Anexo 2. <i>Matriz Anamnesis de diagnóstico (técnicas e instrumentos de consultoría)</i>	Pág.25 Tab.4
Anexo 3. <i>Diseño Estructural del Diagnóstico Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	Pág.105 Fig.14
Anexo 4. <i>Situación poblacional, territorial y social del municipio de Nahuizalco (SIGMuni)</i>	Pág.112 Tab.36
Anexo 5. <i>Caracterización del entorno socio-económico del municipio de Nahuizalco.</i>	Pág.113 Tab.37
Anexo 6. <i>Impactos del Turismo Cultural Náhuatl-Pipil</i>	Pág.127 Fig.22
Anexo 7. <i>Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	Pág.129 Fig.23
Anexo 8. <i>Segmentación de la tipología de la demanda turística cultural de Nahuizalco</i>	Pág.131 Tab.39
Anexo 9. <i>Análisis de resultados demanda turística de Nahuizalco (Demanda Real)</i>	Anexo B
Anexo 10. <i>Análisis de resultados demanda turística Ruta de Las Flores</i>	Anexo C
Anexo 11. <i>Generalidades de la certificación literal de Marca Municipio</i>	Pág.136 Tab.40
Anexo 12. <i>Síntesis de resultados sobre entrevista participativa CDT de Nahuizalco</i>	Anexo D
Anexo 13. <i>Síntesis de resultados sobre entrevista estructurada al CCM de Nahuizalco</i>	Anexo E
Anexo 14. <i>Síntesis de resultados sobre entrevista estructurada a las UPO de Nahuizalco</i>	Anexo F
Anexo 15. <i>Líneas estratégicas (LE) del CCM de Nahuizalco</i>	Anexo G
Anexo 16. <i>Análisis de causas de la problemática del STC Náhuatl-Pipil de Nahuizalco</i>	Pág.147 Fig.24
Anexo 17. <i>Fortalezas y Debilidades (Análisis interno) del STC de Nahuizalco</i>	Pág.148 Tab.41
Anexo 18. <i>Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)</i>	Pág.149 Tab.42
Anexo 19. <i>Segmentos del entorno externo del STC Náhuatl-Pipil de Nahuizalco</i>	Pág.151 Fig.25
Anexo 20. <i>Factores Externos PESTT del Sistema Turístico de Nahuizalco</i>	Pág.152 Tab.43
Anexo 21. <i>Dimensiones y variables utilizadas para el análisis del entorno PESTT</i>	Pág.153 Tab.44
Anexo 22. <i>Matriz PESTT del entorno del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	Pág.156 Tab.45
Anexo 23. <i>Análisis del perfil del entorno del STC de Nahuizalco (Modelo PESTT)</i>	Pág.157 Fig.28
Anexo 24. <i>Oportunidades y Amenazas (Análisis del entorno) del STC de Nahuizalco</i>	Pág.158 Tab.46
Anexo 25. <i>Matriz de Evaluación de los Factores del Entorno (MEFE)</i>	Pág.159 Tab.47
Anexo 26. <i>Matriz Perfil Competitivo Turístico (MPCT) de Nahuizalco</i>	Pág.162 Tab.49
Anexo 27. <i>Lista de factores claves y decisivos para análisis FODA del STC de Nahuizalco</i>	Pág.165 Tab.50
Anexo 28. <i>Matriz FODA Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	Pág.166 Tab.51
Anexo 29. <i>Posición Estratégica y Evaluación de Acción Turística (PEEAT)</i>	Pág.168 Tab.52
Anexo 30. <i>Matriz de PEEAT del Sistema Turístico de Nahuizalco</i>	Pág.169 Tab.53
Anexo 31. <i>Análisis de brechas (GAP) del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco</i>	Pág.171 Tab.54
Anexo 32. <i>Características de la metodología de Consultoría realizada en Nahuizalco</i>	Pág.173 Tab.55
Anexo 33. <i>Respuestas o refutaciones a las hipótesis formuladas en la consultoría</i>	Anexo H

Fuente: elaboración propia.

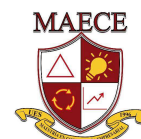
⁴¹ Para propósitos de este apéndice 4, se han considerado como anexos únicamente los que le son propios a este Informe de Diagnóstico y se referencian mediante letras para no confundir con los anexos generales de este Trabajo de Graduación (TG), y para evitar duplicidad el resto de anexos de este informe, se referencian por el número de página del cuerpo de esta investigación, en donde se encuentra la tabla o figura que le corresponden.



Anexo A. Síntesis descriptiva del Marco Referencial de esta consultoría

Síntesis descriptiva del Marco Referencial de Consultoría				
Descripción del Municipio de Nahuizalco	Nahuizalco es un histórico municipio que se encuentra en el <i>corazón</i> del recorrido de dos principales rutas turísticas. Un pueblo de laboriosos artesanos que utilizan la madera y mimbre para sus artesanías, su cultura <i>Náhuat-Pipil</i> está representada por sus costumbres y tradiciones y atención cálida con sus visitantes; que hacen de Nahuizalco en un verdadero <i>corazón turístico cultural</i> .			
Ubicación geográfica	Esta consultoría se desarrolla al occidente de la República de El Salvador, específicamente en la ciudad (<i>casco urbano histórico</i>) de Nahuizalco, una población de 50,000 habitantes, ubicado 7.4 kilómetros al Norte de la cabecera del departamento de Sonsonate y a 72 kilómetros de la Ciudad de San Salvador.			
Planteamiento del Problema	La investigación plantea entre otros factores, los siguientes planteamientos del problema:			
	<ul style="list-style-type: none">• Pérdida de la identidad cultural• Deterioro de Lengua <i>Náhuat</i> y costumbres• Inconformidad de la calidad turística• Limitada generación de empleo	<ul style="list-style-type: none">• Debilitamiento de competitividad turística cultural• Insostenible desarrollo local• Reducida dinámica de la oferta turística• Demanda de paso, entre otros.		
Definición del Problema	<i>¿Permitirá una consultoría sobre el fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural, como propuesta al Comité de Desarrollo de Nahuizalco; aprovechar de forma competitiva y sostenible el potencial de la cultura Náhuat-Pipil; que permita beneficio y desarrollo económico-social, que mejoren la calidad de vida de sus habitantes?</i>			
Justificación	La práctica turística cultural, es una actividad de especial interés para el sustento y desarrollo territorial, económico y social de Nahuizalco. Por lo que de no fortalecer sostenible y competitivamente el <i>Sistema Turístico Cultural</i> de Nahuizalco, en el corto y mediano plazo; seguirán existiendo desaprovechamiento del flujo de sus visitantes, privándose oportunidad de reducir pobreza y desarrollo social a sus habitantes.			
Objetivo de Consultoría	Elaborar y presentar un documento de consultoría al <i>Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco</i> , como propuesta para la ejecución de actividades turísticas; que les permita aprovechar el potencial del Sistema Turístico Cultural <i>Náhuat-Pipil</i> de forma competitiva y sostenible, con la finalidad de contribuir en la condición de vida de sus habitantes.			
Metodología de investigación	Enfoque	Un enfoque mixto entre lo cuantitativo y cualitativo		
	Alcance	Explorativa, Descriptiva, Correlacional y Explicativa : esta última tendrá un valor e información de carácter explicativo, ya que busca determinar y responder razones o causas del potencial Turístico.		
	Hipótesis	Se formulan hipótesis de investigación de carácter cualitativo		
	Diseño metodológico	Se fundamenta un diseño metodológico no experimental : que comprende indagación conceptual y exploración en campo.		
	Unidad de análisis y población	Unidad de análisis	Actores principales del Sistema Turístico.	
		Población	Combinada por tres diferentes fragmentos: <ul style="list-style-type: none">• Turistas (<i>Demanda turística cultural</i>)• Unidades productivas Ofertantes (<i>UPO</i>).• <i>Actores turísticos claves</i>	
	Diseño de muestra y cálculo	Diseño : un enfoque mayormente cuantitativo utiliza <i>Muestreo Probabilístico</i> , sin embargo también utiliza el <i>muestreo no probabilístico intencional</i> .		
		Cálculo de la muestra : <i>Demanda turística cultural</i> (<i>muestra para estudios sencillos</i>), y <i>Censo</i> para oferta turística y los actores claves.		
	Técnicas e instrumentos de recolección	Cualitativo	Técnica: <i>Observación ordinaria y entrevistas</i>	
			Instrumentos: <i>Guía de Observación y entrevistas</i>	
Técnicas e instrumentos de recolección	Cuantitativo	Técnica: <i>Encuesta Turística</i>		
		Instrumentos: <i>Cuestionario</i>		
Términos de referencia (TDRs)	La investigación cuenta con este instrumento técnico, cuyo propósito es la búsqueda de claridad sobre <i>las condiciones en las que se realizará la consultoría</i> , lo que lo convierte en un camino que especifica <i>qué necesita ser alcanzado, por quién y cuándo</i> . (Ver <i>Apéndice 1 de esta consultoría</i>).			
Dificultades y limitaciones de Consultoría	<p>La investigación de campo deja al descubierto algunas dificultades y limitaciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Factor cultural en la recopilación de datos en las entrevistas.</i>• <i>Resultados tardíos, incompletos y confusos; por encuestadores de la zona de la Ruta de Las Flores, por lo que fue una tarea logística propia de los consultores.</i>• <i>Resistencia natural de múltiples formas por los entrevistados.</i>• <i>Por su naturaleza en turismo-cultural, se ha requerido de datos más minuciosos, cuya obtención y análisis; implican tiempo prolongado y costos que no se pueden evitar ni pasar por inadvertidos.</i>• <i>Evidencia de escasa literatura seleccionada para caracterizar el turismo cultural, lo que limita, pero no invalida, un marco teórico conceptual claro y apropiado.</i>			

Fuente: Elaboración propia



Anexo B. Análisis de resultados de la demanda turística de Nahuizalco (Demanda Real)

Características del perfil de la demanda del turista cultural de Nahuizalco

SECCION I – PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO

Nacionalidad	Un 96% (269 turistas) de los 280 visitantes del municipio de Nahuizalco, son de nacionalidad salvadoreña, mientras que solo un 4% de los turistas son extranjeros. Además de ese 4% de visitantes son de nacionalidad estadounidenses, españoles, israelitas e italianos.
Municipio de residencia	Los principales grupos residen en San Salvador con 35%, Soyapango 9%, Antiguo Cuscatlán 5% y Santa Tecla 4%. Se observó que los turistas provienen de la zona central y por distintos lugares de El Salvador.
Género	Predomina el género femenino con 60% y el 40% es masculino.
Categoría de visitante	Los <i>Excursionistas del día</i> con un 46%, también un 42% son <i>turistas de la Ruta de Las Flores</i> y un 12% otras <i>Grupos educativos y residentes</i> .
Edad (años)	Se indica que los que prefieren visitar a Nahuizalco, se encuentran entre el rango de edad de 18 a 40 años, lo que representa el 65% de la muestra; el 22% corresponde a la edad de 41 a 60 años. Este estudio demuestra que la mayor parte de la población turística es adulto-joven.
Estado Civil	Según la investigación, el <i>estado civil</i> de los visitantes es soltero(a) con el 57%, Casado(a) un 28% significativo, colocando en lo individual un rango menor del 6% a las demás categorías.
Nivel de estudio	Un 62% son universitarios con inclinación al gusto por la cultura, 17% son Bachilleres, estudiantes de básica un 11% y técnicos con un 7%. La muestra, busca disfrutar de la cultura, tradiciones e historia ancestrales del lugar; lo que evidencia que los visitantes cuentan con un nivel de estudio académico.
Ocupación	Un 49% son empleados del sector formal, además un 27% proviene de la comunidad estudiantil, estas dos ocupaciones que más visitan este municipio en conjunto suman 76%. El resto, 24% corresponde a turistas jubilados y empleados del sector informal.
¿Con quién practica actividades turísticas?	Un 54% acostumbra realizar turismo en familia; esto es más de la mitad, un 24% amigos, en pareja 19% y solos 3%.
Elección de la Ruta de Las flores como destino turístico.	Se refleja que un 34% prefiere la <i>Ruta de Las Flores</i> por su <i>clima</i> , mientras que un 22% se inclina más por su entorno Cultural; tanto el entorno natural como la gastronomía presentan de manera similar un 15% y 20% respectivamente, lo que indica que estas elecciones (91%) crean un entorno agradable y grato al visitante durante su estadía.
Medio de transporte utilizado por los visitantes	Un 50% de los visitantes utiliza el medio de transporte por cuenta propia, un 24% recurre a los <i>tour turísticos</i> , un 16% utiliza los buses alegres, y sólo un 6% viaja en transporte colectivo.
En el último año: Cantidad de veces visitas a La Ruta de Las Flores	Estudio realizado sobre <i>Cuántas veces ha visitado la Ruta de las Flores en el último año</i> , se aprecia que los turistas son recurrentes y lo han visitado más de una vez en un 66%, y solamente un 34% han visitado en el último año <i>una vez</i> este circuito turístico.
El turista: ¿Conoce sobre esta tipología de turismo cultural?	Las encuestas realizadas a los visitantes de Nahuizalco, se aprecia que el 81% conoce de la práctica turística cultural; como disfrute de las manifestaciones culturales, artísticas, históricas y ancestrales del municipio. Solamente el 19% no tiene conocimiento sobre la pregunta. Además un 63% de los turistas afirman que el tipo de turismo que se practica en la Ruta de Las Flores es <i>cultural</i> , 18% se orienta más por el ecológico y solo un 12% opina que es turismo rural.



¿Cuál es el potencial turístico de la Ruta de Las Flores?	Se muestra que el mayor potencial turístico se concentra en el <i>sector cultural</i> con 30% y gastronómico con 26%; pero se consideran importantes la naturaleza 13%, clima 12% y artesanías 11% que se suman como potenciales turísticos.
Dentro de su recorrido en la Ruta de Las Flores: ¿visita el municipio de Nahuizalco?	El 100% de los encuestados afirmó que dentro del recorrido en la Ruta de las Flores efectivamente visitan el municipio de Nahuizalco; lo que permite determinar el objetivo de esta investigación. Nota Aclaratoria: Esta muestra de turistas, se realizó en el municipio de Nahuizalco con 200 encuestados, y para los propósitos de análisis del perfil de la demanda turística; se sumaron 80 muestras de turistas que se encuestaron en diversos pueblos de La Ruta de Las Flores que visitan este municipio cultural.

SECCION II – HÁBITOS Y MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL DE NAHUIZALCO

¿Por qué medio de comunicación se enteró de los atractivos turísticos culturales de Nahuizalco?	Se aprecia que el 26% de los visitantes se enteró de los atractivos turísticos que ofrece Nahuizalco a través de las <i>redes sociales</i> ; un 23% mencionó por experiencia propia y un 21% por recomendaciones de amigos o familiares. Es de resaltar que la televisión ocupa un 19%. El resto de medios complementan 11% de la muestra.
¿Qué le motiva visitar Nahuizalco como destino turístico cultural?	Se observa que la principal motivación para los visitantes encuestados es <i>conocer los atractivos culturales del municipio</i> con un 41%, una motivación secundaria es <i>conocer y comprender la cultura Náhuat-Pipil</i> con un 19% y <i>realizar actividades turísticas culturales</i> con el 18%, estas tres categorías suman 78% de la muestra.
¿Cuál es el atractivo turístico que más le agrada de Nahuizalco?	De los 280 turistas entrevistados que visitan Nahuizalco, se aprecia que los atractivos turísticos que más les agrada se encuentran: <i>mercadito nocturno</i> con un 30%; <i>artesanías locales</i> 29%, seguido de atractivos como la infraestructura colonial que comprende la Iglesia 14%, museo Náhuat-Pipil con 8% y plaza central con 7%. Es importante observar que solamente un 12% considera como atractivo la belleza natural.
¿Por qué medio promocional o publicitario conoció de su oferta turística?	De acuerdo a los resultados de los 280 turistas visitantes de Nahuizalco, revela que el 58% de los entrevistados no dispusieron de medios promocionales o publicitarios para conocer su oferta turística, un 20% conoció por medio de exposiciones culturales y artesanales, un 6% a través de mapas un 9% en sitio web de Nahuizalco, el paquete promocional solamente refleja el 5%. Es de notar con este análisis, se carece de medios promocionales o publicitarios para conocer de la oferta turística de este cultural municipio.
De los eventos culturales de Nahuizalco (tradicionales y religiosos) ¿Cuáles visita?	De los resultados obtenidos de los 280 turistas encuestados, el evento cultural más visitado con el 43% es el <i>Día de la Ruta de Las Flores (celebrado el primer domingo de octubre de cada año)</i> . En segundo plano aparecen las <i>ferias artesanales</i> con un 18%, asimismo se avocan en <i>Semana Santa</i> 13%, <i>Día de Canchules</i> un 11% (<i>celebrado el 1 de noviembre de cada año</i>); no obstante asisten a eventos de menor escala pero de rica cultura; <i>Los Farolitos Nahuizalqueños</i> y <i>cofradías</i> con una suma del 6%. Es de mencionar que la encuesta fue realizada en períodos distintos incluyendo el <i>Día de La Ruta de las Flores</i> .
¿Cuál es la principal fortaleza y debilidad turística de Nahuizalco frente al resto de municipios pertenecientes a La Ruta de las Flores?	De los datos obtenidos consideran que la principal fortaleza son las artesanías con 36% y la cultura de Nahuizalco 25%. Mientras que la principal debilidades la inseguridad con 49%, le acompaña un 26% que considera <i>la falta de atractivos turísticos</i> .



¿Qué logra para los habitantes de Nahuizalco la estrategia de turismo Pueblos Vivos?

Tomando los datos colectados de los 280 turistas respecto de: *¿Qué se logra para los habitantes de Nahuizalco la estrategia de turismo “Pueblos Vivos”?*; un 36% considera la *generación de ingresos* para los habitantes del municipio, un 29% opina que logra *dar a conocer su cultura*, 21% considera que *se impulsan atractivos turísticos* por medio de esta estrategia, mientras que un 14% opina que atrae turistas.

¿Cuánto de presupuesto ha destinado para su visita turística a Nahuizalco?

De los datos obtenidos por las encuestas realizadas a turistas de Nahuizalco, *sobre el presupuesto destinado para su consumo en visita a este cultural municipio*: el 42% destina entre \$20 y \$40 dólares, el 35% de turistas consumen más de \$40 dólares y solamente un 23% presupuesta entre \$10 y \$20 para consumir en su visita al Municipio.

Alojamiento: el 49% lo califica normalmente satisfactorio, 32% lo califica de satisfactorio y un 19% se encuentran insatisfechos. Es decir que un 81% de no tienen queja en lo relativo al alojamiento.

Restaurantes: 53% se encuentran satisfechos, 36% lo considera normal y la parte insatisfecha representa el 11% de los turistas.

Infraestructura turística: El 55% opina que le es normal, mientras el 45% ven la infraestructura de forma satisfactoria.

En una escala del 1 a 10 ¿Cómo calificaría su visita a este destino turístico?

Hospitalidad: el 62% de los turistas consideran la hospitalidad en Nahuizalco de forma satisfactoria, mientras un 38% de entrevistados lo consideran normal.

Actividades Culturales: un 73% perciben *las actividades culturales* en Nahuizalco de forma satisfactoria, no obstante un grupo menor 23% ven estas actividades de forma normal; se percibe insatisfactoria esta práctica por el 4% de los excursionistas.

Entorno Cultural: el 63% lo consideran satisfactorio y solamente un 37% lo aprecian de forma normal.

Calidad-precio: un 61% lo consideran satisfactorio, sin embargo un 39% de los visitantes lo reflexionan dentro de un rango normal.

¿Estaría dispuesto a vivir nuevas experiencias de turismo cultural en Nahuizalco?

De los datos proporcionados por los 280 turistas encuestados, un 92% está en la disposición de vivir experiencias turísticas culturales en Nahuizalco. Sin embargo un 8% de excursionistas no les motiva acudir a nuevas experiencias turísticas en este municipio histórico.



SECCION III – IDENTIFICACION DE TURISTAS CULTURALES POTENCIALES

Marque con una X el municipio que más visita y encierre con un círculo el que menos visita.

Municipio menos visitado de la *Ruta de Las Flores*

¿Qué le gustaría que tuviera Nahuizalco para que sea más visitado?

¿Estaría dispuesto a practicar el turismo cultural en Nahuizalco?

¿Por qué no estaría dispuesto a las prácticas turísticas de Nahuizalco?

El municipio más visitado de la *Ruta de Las Flores* por parte de los turistas encuestados de Nahuizalco; es *Juayúa con un 46%*, seguido por su puesto de su propio municipio (Nahuizalco) con 25%, Salcoatitán es el tercer municipio con un 7%, concluyendo con 22% para el resto de Municipios de esta ruta turística.

El municipio menos visitado, de acuerdo a los resultados de los 280 turistas en Nahuizalco es *Ahuachapán con el 62%* Salcoatitán y Ataco aparecen como los segundos menos visitado con el 11% respectivamente, se aprecia un 16% para el resto de municipios menos visitados de la Ruta de Las Flores. Estos resultados son coherentes, ya que Juayúa con 4% de menos visitado, es por consiguiente el que más se visita.

De los 280 turistas entrevistados que visitan Nahuizalco, los resultados muestran una segmentación homogénea en la percepción de ***Qué les gustaría como atractivo turístico en este municipio cultural***: se aprecia más del 41% de los encuestados orientados hacia la atención del turista (*20% demanda hostales y un 21% un centro de atención turística*), mientras otros visitantes consideran mayor presencia de exposiciones culturales con un 36%, en un mejor porcentaje (23%) se enuncia mejoras en señalización y ordenamiento del municipio.

De acuerdo a los resultados de los 280 turistas visitantes en Nahuizalco, revela que el 86% de los entrevistados responden: que *sí* estarían dispuestos a explorar el Turismo cultural en este histórico municipio. Mientras solamente un 14% no lo ve atractiva.

Los argumentos del ***por qué no*** es atractiva la práctica turística cultural en el municipio de Nahuizalco, El 80% de ellos manifiesta la inseguridad como principal argumento, mientras un 20% no les llama la atención.

SECCION IV – EXPECTATIVAS DEL TURISTA CULTURAL.

¿Qué servicios de turismo cultural esperaría encontrar en Nahuizalco?

¿Qué le falta a Nahuizalco para ser turísticamente más atractivo?

Las expectativas de los servicios turísticos por parte de los turistas encuestados que visitan Nahuizalco, revela *el 56% responde a prácticas culturales propias del municipio* como: hablantes *Náhuat-Pipil* 12%, costumbres y tradiciones 11%, artesanías 16%, actos culturales y leyendas con 17%. El resto de expectativas se concentra en restaurantes gastronómicos y hospedajes con el 29% y 15%.

Como resultado de la encuesta realizada a 280 turistas visitantes en Nahuizalco, es el incremento de actividades culturales en la Plaza Central con el 29%; mayor publicidad con el 24%, mejorar la atención de los turistas con el 23%; sumando el 76%. El 24% restante se distribuye en el resto de expectativas turísticas

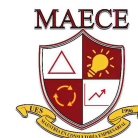


Anexo C. Análisis de resultados de la demanda turística Ruta de Las Flores (Demanda Potencial)

Características de la demanda turística Ruta de Las Flores

SECCION I – PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO

Nacionalidad	El 99% (267 turistas) de los 270 visitantes de <i>La Ruta de Las Flores</i> , son de nacionalidad salvadoreña, mientras que solo un 1% de los turistas son extranjeros. Analizando datos de visitantes extranjeros se tiene que el 1% son de los países de: Francia, Inglaterra y Colombia.
Municipio de residencia	De los 267 turistas encuestados de nacionalidad salvadoreña, visitantes de <i>La Ruta de Las Flores</i> residen en el municipio de San Salvador, de igual manera destacan: Soyapango con un 7.5%, con igual porcentaje Santa Ana y Sonsonate con el 4.5%. Se aprecia que esta ruta turística es visitada por un amplio portafolio de distintos lugares de la República de El Salvador.
Municipios de residencia que visitan Nahuizalco (Fusión de municipios zona central)	El propósito es formar los municipios de: la zona central del país, junto con <i>La Ruta de Las Flores</i> para tener un panorama más integral. Se observa que el 67% de los turistas provienen de la zona central del país. Un 11% de visitantes pertenece a los municipios de la Ruta de Las Flores.
Género	Entre los 270 encuestados la mayor afluencia de personas que visitan <i>La Ruta de Las Flores</i> pertenece al género femenino con un 54% y de modo similar 46% es masculino.
Categoría de visitante	El conjunto de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los turistas de <i>La Ruta de Las Flores</i> , muestran que la categoría de los visitantes que más participan en este municipio son los <i>Excursionistas</i> con 64%, también un 33% son <i>turistas de esta ruta</i> , y un 3% son <i>Grupos educativos</i> .
Edad (años)	En los datos obtenidos a través de la encuesta, la <i>Ruta de las Flores</i> , se encuentran entre el rango de edad de 18 a 40 años, lo que representa el 67% de la muestra; el 19% corresponde a la edad de 41 a 60 años. Este estudio demuestra que la población turística es <i>adulto-joven</i> .
Estado Civil	Según la investigación realizada a los turistas de <i>La Ruta de Las Flores</i> , el <i>estado civil</i> de los visitantes es soltero(a) con el 56%; ya que cuentan con el tiempo y los recursos para realizar este tipo de actividades turísticas. Sin embargo, la población casada representa un porcentaje significativo del 29%, colocando en lo individual un rango menor del 9%.
Nivel de estudio	De los 270 turistas encuestados, un 53% son universitarios con inclinación al gusto por la cultura, 24% son Bachilleres, estudiantes de básica un 14% y técnicos con un 7%. Esta muestra, busca disfrutar de la cultura, tradiciones e historia; lo que evidencia que los visitantes de <i>La Ruta de Las Flores</i> cuentan con un nivel de estudio académico.
Ocupación	Un 41% de los turistas encuestados que visitan <i>La Ruta de Las Flores</i> son empleados formales, además un 34% proviene de la comunidad estudiantil, estas dos ocupaciones en conjunto suman 75%. El resto, 25% corresponde a turistas jubilados y empleados informales.
¿Con quién acostumbra practicar actividades turísticas?	Los turistas entrevistados, un 64% acostumbra realizar turismo en familia; esto figura más de la mitad, también un 22% realizan sus prácticas turísticas con grupos de amigos, las dos clasificaciones anteriores representan la mayor parte con un 86%, en pareja 11% y solo 3%.



¿Qué le hizo elegir <i>la Ruta de Las flores</i> entre otros destinos o rutas turísticas?	Las 270 personas encuestadas reflejan que un 36% prefiere la <i>Ruta de Las Flores</i> como destino turístico por <i>su clima</i> , mientras que un 23% se inclina por la gastronomía; y por el entorno natural y cultural, un 17% y 13% respectivamente, lo que indica que estas elecciones (89%) crean un entorno agradable y grato al visitante durante su estadía.
¿Qué medio de transporte utiliza para visitar la Ruta de Las Flores?	De la muestra de 270 personas que visitan <i>La Ruta de Las Flores</i> , un 70% lo hace por cuenta propia, un 13% recurre a transporte colectivo, los buses alegres son utilizados con el 9% y los <i>tour turísticos</i> con un 6%.
En el último año ¿Cuántas veces ha visitado <i>La Ruta de Las Flores</i> ?	Según los datos sobre <i>Cuántas veces ha visitado la Ruta de las Flores en el último año</i> , se aprecia que los turistas son recurrentes y lo han visitado más de una vez en un 61%, y solamente un 39% han visitado en el último año <i>una vez</i> esta ruta turística.
El turismo cultural es el disfrute de manifestaciones culturales, artísticas, ancestrales y patrimoniales en un entorno distinto al habitual ¿Conoce sobre esta tipología de turismo?	De las 270 encuestas realizadas a los visitantes de <i>La Ruta de las Flores</i> , se aprecia que el 70% conoce de la práctica turística cultural; como disfrute de las manifestaciones culturales, artísticas, históricas y ancestrales de los municipios de la ruta. Solamente el 30% de la muestra no tiene conocimiento sobre esta tipología turística.
En su opinión ¿Qué tipo de turismo se practica en la Ruta de Las Flores?	El 53% de los turistas encuestados afirman que el tipo de turismo que se practica en la Ruta de Las Flores es <i>cultural</i> , 29% se orienta más por el ecológico y solo un 8% opina que es turismo rural. Lo que indica que el turismo cultural es el que más predomina en esta ruta turística.
A su parecer ¿Cuál es el potencial turístico de la Ruta de Las Flores?	El conjunto de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los visitantes de <i>La Ruta de Las Flores</i> , muestran que el mayor potencial turístico se concentra en el <i>sector de gastronomía</i> con 41%, le sigue la cultura con 19%; pero se consideran importantes la naturaleza 15%, clima 11% y artesanías 10% que se suman como potenciales turísticos
¿Dentro de su recorrido en Ruta de Las Flores, visita el municipio de Nahuizalco?	<p>Del resultado de las 270 personas entrevistadas, el 100% afirmó que dentro del recorrido en <i>La Ruta de las Flores</i> NO visitan el municipio de Nahuizalco; es de mencionar que dentro de la ruta se encuestaron a <i>80 turistas adicionales</i> que si visitan Nahuizalco, pero estos se incorporaron a la muestra del perfil de demanda de este municipio cultural, lo que permite determinar uno de los objetivos de esta investigación.</p> <p>Nota Aclaratoria: La muestra de turistas que se realizó en el municipio de Nahuizalco fueron 200 encuestados, y para los propósitos de análisis del perfil de la demanda turística; se sumaron 80 muestras de turistas que se encuestaron en diversos pueblos de <i>La Ruta de Las Flores</i>.</p>
Es importante advertir los argumentos del <i>por qué</i> , dentro del recorrido en la Ruta de Las Flores, NO se visita el municipio de Nahuizalco.	El 42% de los turistas encuestados que recorren <i>La Ruta de Las Flores</i> afirman que no visitan Nahuizalco por <i>falta de tiempo</i> , un 16% comenta que no les llama la atención; un 14% expresa no conocer este municipio turístico; la inseguridad es otro argumento con el 9%, todos estos factores suman el 81%. El 19% restante se detiene: no es un lugar visitado con el 9%, visitan otros lugares y pueblos de la ruta con 10%.

SECCION II – HABITOS Y MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL DE NAHUIZALCO¹

¹ Para este análisis, no corresponde la *sección II* del cuestionario (*preguntas en su correlativo de 16 a 25*), ya que es propia de los visitantes de Nahuizalco, en las encuestas realizadas a la *Ruta de Las Flores*, surgieron 80 turistas (*muestras adicionales a los 270 considerados en la ruta*) que visitan este cultural municipio, por lo que forman parte de la muestra de su perfil de demanda turista.



SECCION III – IDENTIFICACIÓN DE TURISTAS CULTURALES POTENCIALES

De los siguientes destinos de la Ruta de Las Flores: Marque con una X el municipio que más visita y encierre con un círculo el que menos visita.	El municipio más visitado de <i>la Ruta de Las Flores</i> por parte de los turistas encuestados es <i>Juayúa con un 42%</i> , seguido por el municipio de Ataco con 28%, Apaneca es el tercero con 13%, Salcoatitán representa el 11%, concluyendo con 6% para el resto de Municipios de esta ruta turística.
<u>Municipio menos visitado de la Ruta de Las Flores</u>	De acuerdo a los resultados de los 270 turistas de <i>La Ruta de Las Flores</i> , es <i>Nahuizalco con el 59%</i> el segundo menos visitado es Ahuachapán con el 23%, juntos suman el 82%. El 18% complementario corresponde al resto de municipios de la ruta. Estos resultados son coherentes, ya que Juayúa con 3% menos visitado, es por consiguiente el que más se visita.
¿Qué le gustaría que tuviera Nahuizalco para que sea más visitado?	De los 270 turistas entrevistados que visitan <i>La Ruta de Las Flores</i> , muestran una segmentación homogénea en la percepción de <i>Qué les gustaría como atractivo turístico en este municipio cultural</i> : se aprecia que un 48% considera las <i>exposiciones culturales</i> , un 43% de los encuestados se orientan hacia la atención del turista (24% demanda hostales y un 19% un centro de atención turística), mientras otros visitantes consideran en un mejor porcentaje (9%) se enuncia mejoras en señalización y ordenamiento del municipio.
¿Estaría dispuesto a practicar el turismo cultural en Nahuizalco?	De acuerdo a los resultados de los 270 turistas visitantes en <i>La Ruta de Las Flores</i> , se revela que el 80% de los entrevistados responden: que <i>sí</i> estarían dispuestos a explorar el Turismo cultural en el histórico municipio de Nahuizalco. Mientras solamente un 20% no ve atractiva su práctica turística.
¿Por qué no estaría dispuesto a las prácticas turísticas de Nahuizalco?	Los argumentos del <i>por qué no</i> es atractiva la práctica turística cultural en el municipio de Nahuizalco, reflejada en el 20% (54 turistas). El 46% de ellos manifiesta que no les atrae turísticamente, un 32% alude que es por falta de tiempo y 22% manifiesta razones de inseguridad.

SECCION IV – EXPECTATIVAS DEL TURISTA CULTURAL.

¿Qué servicios de Turismo Cultural esperaba encontrar en Nahuizalco?	Las expectativas de los servicios turísticos por parte de los turistas encuestados que visitan <i>La Ruta de Las Flores</i> , 58% responde a prácticas culturales propias del municipio como: Hablantes Náhuat-Pipil 8%, artesanías locales 11%, actos culturales y leyendas con 39%. El resto de expectativas se concentra en restaurantes gastronómicos y hospedajes con el 33% y 9% respectivamente.
En su opinión ¿Qué le falta a Nahuizalco para ser turísticamente más atractivo?	Como resultado de la encuesta realizada a 270 turistas visitantes de La Ruta de Las Flores, que le hace falta a Nahuizalco para ser un municipio turísticamente atractivo es: incremento de actividades culturales en la Plaza Central con el 37%; mayor publicidad y necesidad hostales con el 15% respectivamente, mejorar la atención de los turistas con el 12%; sumando el 64%. El 36% restante se distribuye en el resto de expectativas turísticas.

Fuente: Elaboración propia



Anexo D. Síntesis de resultados sobre entrevista participativa CDT de Nahuizalco

Con el propósito de tener un acercamiento con la comunidad emprendedora de Nahuizalco a través del Comité de Desarrollo Turístico (CDT) como un actor clave de la práctica turística, se realizó una entrevista participativa, para conocer sus problemas y oportunidades que fortalezcan la líneas estratégicas encaminadas al desarrollo turístico cultural y el logro de un mejor nivel de vida de los habitantes. Estos puntos sirven de interés para que los entrevistados se motiven y participen críticamente, ampliando y exponiendo información relevante para comprender apropiadamente la práctica turística de este municipio.

a) Unidad de análisis y población

- **Unidad de análisis de los actores claves:** para propósitos de esta consultoría, se considera al *Comité de Desarrollo Turístico (CDT)*, conformada por miembros del sector público y privado, lo integran 20 miembros (3 *delegados municipales* y 17 *representantes del sector empresarial, ciudadano y asociaciones*). Son los responsables en *logístico*: de diseñar e implantar: acciones, políticas, directrices y programas para la práctica y promoción turística del municipio.
- **Población:** Se realizó un censo, mediante entrevista a los 20 miembros del CDT representado por sectores de interés, según la siguiente distribución:

Representantes del Comité de Desarrollo Turístico (CDT) de Nahuizalco	No. Entrevistas
Delegados Alcaldía Municipal	2
Casa de la Cultura	1
Museo Náhuat-Pipil	1
Artesanos de Madera	3
Artesanos de fibras naturales	3
Empresarios agroturismo	2
Empresarios comercio y servicio	2
Asociaciones	2
Población local (Líderes comunales)	2
Seguridad (Policía y agentes Municipales)	2
Total de miembros entrevistados	20

Fuente: Elaboración propia, conforme a datos proporcionados por el CDT de Nahuizalco.

b) Técnica e instrumento cualitativa utilizada

Técnica: Se realizaron *entrevistas participativas* con todos los miembros del *Comité de Desarrollo Turístico de Nahuizalco (CDT)* entidad clave como actor turístico, bajo esta técnica se busca indagar cualitativamente algunas variables claves que descansan en los objetivos de esta consultoría.

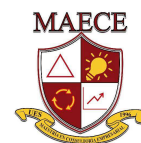
Instrumento: se utilizó una *guía de entrevista participativa*, que contiene preguntas abiertas con carácter modificadorio.

A continuación se sintetiza los resultados obtenidos de entrevista participativa:



Análisis de resultados obtenidos de la entrevista participativa a miembros del CDT de Nahuizalco	
¿Qué rol desempeña en la Actividad Turística?	74% consiste en logística y organización de eventos turísticos. Un 21% se desempeña en seguridad y ordenamiento . Cuentan con un centro de información de la cultura , en un 5%.
¿Qué tipo de turismo se desarrolla en este municipio histórico Náhuat-Pipil?	68% manifiestan que es turismo cultural , por el disfrute de costumbres y tradiciones históricas; un 21% comenta que es una mezcla de turismo Rural y Cultural ; un 11% orienta su percepción por el turismo gastronómico .
¿Qué opina sobre el Turismo Cultural y cómo contribuye al desarrollo del municipio?	Considera un 68% que esta práctica turística genera ingresos económicos y bienestar social para su comunidad; además un 32% opinan que contribuye al desarrollo de la cultura, reactivando las actividades culturales históricas.
En esta consultoría se abordó el fenómeno turístico de Nahuizalco, desde la dimensión o idea de un sistema, que enfoca: <i>la suma de todas las posibles relaciones que pueden darse entre los elementos básicos que se argumentan a continuación:</i>	
i. La demanda turística <ul style="list-style-type: none"> • ¿Está segmentado el perfil de los turistas? 47%, consideran que <i>sí</i> (sin un estudio formal). Y 53% dice que <i>no</i>. • ¿Qué ventaja competitiva tiene Nahuizalco como destino turístico? 32% se inclina por el <i>mercado nocturno</i> con su gastronomía autóctona; un 21% sus <i>artesanías</i>; y 10% la <i>plaza</i>. • ¿Considera el turismo cultural una tipología turística consolidada? 74% considera que este tipo de turismo se encuentra <i>emergiendo</i>. 	ii. Actores turísticos <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuentan con un ecosistema turístico cultural con sus actores interrelacionados? 68% mencionan que <i>no</i> cuentan formalmente con un Ecosistema Turístico Cultural. Mientras 32% mencionan que, <i>sí</i> cuentan con ecosistema turístico, pero no está estructurado metodológicamente.
iii. Recursos turísticos <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo evalúan el potencial turístico del municipio? 63% <i>sí</i> realizan evaluaciones, pero sin contar con personal designado, capacitado y sin bases técnicas establecidas; y 37% dicen que <i>no</i>. • La Gastronomía local, ¿Es importante económicamente? 100% piensa que la <i>gastronomía</i> es importante para la economía. • ¿Qué fiesta se consideran “de interés turístico”? 53%, las fiestas <i>patronales (19 al 25 de junio)</i>, un 26% la celebración de <i>Los Canchules (1 nov.)</i> y 21% celebración <i>Virgen del Rosario</i>. 	iv. Productos turísticos <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el producto turístico cultural por excelencia? 47% que es la <i>artesanía</i> en madera y fibra natural; un 37% el <i>mercadito nocturno</i>. Y 16% manifiesta <i>la cultura</i> del municipio • ¿Realizan Benchmarking con otros destinos turísticos? 74% opinan que <i>no</i> utilizan <i>Benchmarking</i>, ya que ellos son originales en todo lo que elaboran, y un 26% dicen que <i>sí</i> lo realizan • ¿Cuentan con un proceso de creación de un producto turístico? 89% opinan que <i>no</i> cuentan con un <i>proceso de creación de un producto turístico</i>, ya que no poseen la metodología para elaborarlo y un 11% dice que <i>sí</i>, pero informal.
v. Destino cultural <ul style="list-style-type: none"> • ¿Considera a Nahuizalco, un destino de atractivo cultural? 100% de los miembros del CDT opinan que <i>Nahuizalco es considerado un destino turístico atractivo por su cultura</i>. • ¿El patrimonio histórico, otorga a Nahuizalco una ventaja competitiva? 95% manifiesta que <i>sí</i>, donde la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> forma parte de ellos. Un 5% dice que no es una ventaja. • ¿El turismo cultural sólo se desarrolla en la plaza? 74% opinan que solo se desarrolla en el casco urbano, y un 26% comenta que se realiza tanto en lo urbano como en lo rural. • ¿Cómo relaciona o diferencia, el turismo rural del turismo cultural? Un 84% no relacionan el turismo cultural con el rural, manifestando que no tienen idea. 	vi. Mercado turístico <p>¿Se ha delimitado un mercado objetivo? 60% opinan que <i>sí</i>, donde es aquel turista que le atrae la cultura, historia y el legado <i>Náhuat-Pipil</i>. Un 40% manifiestan que <i>no</i> está delimitado.</p>
Experiencia sobre: La Ruta de Las Flores, en Nahuizalco	32% percibe que apoyan aspectos promocionales; un 26% consideran que son fuentes de ingresos. Un 21% valora que ayuda al turismo en general, un 11% manifiesta que logra dar a conocer la cultura de los pueblos; sin embargo, un 10% considera que estos programas desfavorecen por el robo de identidad de los pueblos.
¿Cuál es la principal fortaleza y debilidad de la actividad turística Náhuat-Pipil de Nahuizalco?	Fortalezas: 37% consideran la artesanía local, un 26% manifiesta la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> por sus costumbres y tradiciones. Con similar 26% consideran que se encuentra en el mercado nocturno y solamente un 10% apunta como fortaleza la plaza central.
	Debilidades: 37% piensan que es la falta de hostales y otros servicios, 37% manifiestan una mejor organización formal del CDT, y un 26% considera la inseguridad.
¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser más competitivo frente a otros destinos?	32% piensan que, <i>si</i> contaran con mayor capacitación en turismo cultural, serían más competitivos; un 21% consideran el incremento de actividades turísticas en la plaza central a lo largo del día; y un 21% manifiestan que es necesario que haya una mejor organización (<i>ordenamiento de los negocios y mejor señalización</i>). Un 16% que le faltan al municipio, parqueo y hostales para ser más competitivos turísticamente.

Fuente: Elaboración propia



Anexo E. Síntesis de resultados sobre entrevista estructurada al CCM de Nahuizalco

Como actividad de diagnóstico y con el propósito de conocer el sentir y la opinión, de esta organización en un papel tan protagónico del Turismo Cultural de Nahuizalco; se diseñó una guía de entrevista estructurada con enfoque común a todos los representantes del *Comité de Competitividad Municipal de Nahuizalco (CCM)*. Se detallan los resultados y el análisis:

a) Unidad de análisis y población

- **Unidad de análisis de los actores claves:** para propósitos de esta consultoría, se considera al *Comité de Competitividad Municipal de Nahuizalco (CCM)*, conformada por 12 representantes entre empleados municipales, empresarios y comunidad. Actor turístico clave que reviste importancia por la experiencia y conocimientos relevantes en lo estratégico sobre el Sistema Turístico Cultural del municipio.
- **Población:** Se realizó un censo, mediante entrevista a los 12 miembros del CCM representado por cada una de las 6 líneas estratégicas que agrupa el *Plan de Competitividad Municipal (PCM)* de Nahuizalco, según detalle:

	Líneas estratégicas (LE) de competitividad municipal de Nahuizalco	Representantes		No. Miembros
		Sector Privado	Delegados municipales	
LE:1	Fomento de la Organización Empresarial y de alianzas Sectores Público-Privado	Sector Artesanal	UACI	2
LE:2	Fortalecimiento de la actividad turística	Consejo de Pueblos Náhuat- Pipil	EMPRE	2
LE:3	Desarrollo Productivo en el Municipio	Tiangué Ancestral	Catastro	2
LE:4	Formación Recurso Humano e inserción laboral	Sector Carpintería	Cuentas Corrientes	2
LE:5	Seguridad y ordenamiento de la ciudad	Sector Comercio	Síndico	2
LE:6	Fortalecimiento de capacidades para el ejercicio de sus competencias en competitividad	Mesa de trabajo de artesanos indígenas	Secretaría	2
Total de representantes del CCM				12

Fuente: Elaboración propia, conforme a datos proporcionados por el CCM.

b) Técnica e instrumento cualitativa utilizada

Técnica: Se realizaron *entrevistas estructuradas* a representantes del *Comité de Competitividad Municipal (CCM)* de Nahuizalco, se agrupa en 6 líneas estratégicas, cada una de ellas representada por cada sector. Bajo esta técnica se busca indagar cualitativamente algunas variables claves de esta consultoría.

Instrumento: se utilizó una *guía de entrevista estructurada*, que contiene preguntas abiertas, con el objetivo de conocer su opinión crítica acerca del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.

A continuación se presenta síntesis de los resultados de esta *entrevista estructurada*:



<i>Síntesis de resultados obtenidos de la entrevista estructurada a miembros del CCM de Nahuizalco</i>		
¿Qué rol desempeña en la actividad turística?	Los miembros del CCM, conformados por <i>líneas estratégicas de desarrollo municipal</i> , un 83% desempeñan el rol en: logística de eventos y actividades que ellos realizan dentro y fuera del municipio. Un 17% se desempeñan en actividades de seguridad y ordenamiento .	
¿Qué tipo de turismo se desarrolla en este municipio histórico Náhuat-Pipil?	Se práctica el turismo cultural con un 42%; un 25% piensan que es una mezcla entre turismo cultural y natural , donde la parte rural es aprovechada, pero con dificultades por la inseguridad en las afueras del municipio, un 25% también considera un turismo cultural gastronómico y un 8% se orientan como turismo gastronómico .	
¿Cómo contribuye el Turismo Cultural al desarrollo económico y social al municipio?	Un 50% consideran que contribuye a: generar ingresos y empleos ; un 34% considera que el turismo cultural es parte de su identidad de costumbres y tradiciones , además un 8% sostienen que desarrolla el municipio y el 8% manifiestan no conocer esta tipología turística.	
¿Existen políticas turísticas?	Un 67% comentan que no hay políticas dirigidas al turismo cultural; 33% de sus miembros dicen que si hay políticas dirigidas al turismo, pero no las conocen con exactitud y no son aplicadas.	
¿Qué experiencia le da a Nahuizalco la actividad turística el programa de La Ruta de Las Flores?	Consideran un 34%, que se genera ingresos económicos y promoción , un 33% cree que estos programas atraen flujos de turistas , un 17% considera solamente aspectos económicos , un 8% comenta que solo es promocionales turísticos ; sin embargo un 8% considera la experiencia desfavorable indicando la pérdida de identidad de los pueblos .	
¿Cuál es la principal fortaleza y debilidad de la actividad turística de Nahuizalco?	<p><u>Fortalezas</u></p> <p>42% considera la artesanía local, un 25% se sienten fortalecidos con su cultura autóctona Náhuat-Pipil; con similar porcentaje (25%) comentan que la gastronomía del mercadito nocturno, y solamente un 8% manifiesta orgullo por el parque central.</p>	<p><u>Debilidades</u></p> <p>28% manifiestan la falta de hostales y otros servicios básicos, y de forma respectiva con un mismo 18% se encuentran: mala organización del CCM, la inseguridad y que el turismo en el día no es tan activo como de noche. Solamente un 18% considera que es necesario contar con capacitaciones al servicio al cliente y tener controles de registros sanitarios y ordenamiento.</p>
¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser más competitivo frente a otros destinos?	Un 34% cree que serían más competitivos si se les capacita en tema de turismo cultural, un 25% manifiesta una mejor organización del CCM de cara al turismo local; otros comentan (17%), que Nahuizalco turísticamente debe ofertarse mejor . Sin embargo, de forma respectiva con un 8% en cada variable están: la falta de parqueo y hostales , ordenamiento de los negocios y mejor señalización , y fuentes de trabajo .	

Fuente: Elaboración propia.



Anexo F. Síntesis de resultados sobre entrevista estructurada a las UPO de Nahuizalco

Como actividad de diagnóstico y con el propósito de conocer la perspectiva y expectativa de las Unidades Productivas Ofertantes (UPO) de la industria turística del casco urbano de Nahuizalco¹, se diseñó una guía de entrevista estructurada con enfoque común. A continuación se detallan los resultados y su correspondiente análisis:

a) Unidad de análisis y población

- **Unidad de análisis de los actores claves:** para propósitos de esta consultoría, se considera a la *Unidades Productivas Ofertantes (UPO)*, conformada por un mapeo de negocios emprendedores (*sectores artesanales, agropecuarios y comerciales*). Actor turístico clave que reviste importancia por la generación de ingresos económicos y empleos, relevantes en lo estratégico en el Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.
- **Población:** Se realizó un censo, mediante entrevista a un seleccionando mapeo aleatorio de empresarios por actividad económica, esta delimitación nos brinda sintéticamente la siguiente población:

Sector Productivo	Número de	
	Negocios	Entrevistas
Industria Artesanal	16	16
Comercio y servicios	14	14
Negocios Agropecuarios	8	8
Total de negocios y entrevistas	38	38

Fuente: Elaboración propia.

b) Técnica e instrumento cualitativa utilizada

Técnica: Se realizaron *entrevistas estructuradas* a representantes del *Unidades Productivas Ofertantes (UPO)* de Nahuizalco, se agrupa en 3 Sectores Productivos, totalizando 38 entrevistas. Bajo esta técnica se busca indagar cualitativamente algunas variables claves de esta consultoría.

Instrumento: se utilizó una *guía de entrevista estructurada*, que contiene preguntas abiertas, con el objetivo de conocer su opinión crítica acerca del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco.

A continuación se presenta la síntesis de los resultados de esta *entrevista estructurada*:

¹ **Unidades Productivas Ofertantes (UPO):** (Sector Privado) Conjunto de negocios involucrados en la provisión del producto turístico cultural del casco urbano de Nahuizalco. Micro y pequeños empresarios de crucial importancia por los empleos e ingresos que generan.



Síntesis de resultados obtenidos de entrevista estructurada a las UPO de Nahuizalco

¿Qué tipo de turismo se desarrolla en este municipio histórico Náhuat-Pipil?	El 77% de comerciantes o artesanos que integran las UPO, consideran que el turismo que se realiza en el municipio es <i>Cultural</i> , un 12% piensan que se realiza un turismo mezclado entre lo <i>cultural</i> , <i>aventura natural</i> y <i>Rural</i> ; la <i>gastronomía</i> es un fuerte tipo de turismo con un 11% y muy aprovechada por los ofertantes.
¿Qué opina acerca del <i>Turismo Cultural</i> y cómo esta actividad contribuye al desarrollo económico y social para su municipio?	Las UPO en un 49%, consideran el turismo cultural, como parte esencial en la generación de ingresos; un 20% expresan que hay más afluencia de turistas; otras entidades con un 17% mencionan que favorece el desarrollo del municipio y un 14% comentan que contribuye a ofertar la cultura, costumbres y tradiciones históricas.
La oferta turística de Nahuizalco, es un producto global que integra elementos como: <i>servicio, producto, entorno, calidad...entre otros</i> . ¿Satisface las necesidades de turistas cada vez más crítico y menos fiel?	94% menciona que <i>sí</i> se conocen las preferencias de los turistas por medio de la atención y con respecto a las ventas que realizan, se expresa conciencia de satisfacer las necesidades y exigencias de los visitantes; además identifican que, si otorgan calidad de atención. Un 6% dice que <i>no</i> , que necesitan conocer mejor al turista y que hace falta más inversión para ello.
¿La realización de un inventario de los principales productos y atractivos culturales; <i>diversificará la oferta turística Nahuizalco</i> ?	El 100% reconoce que realizar un inventario de los principales productos y atractivos culturales, diversificará la oferta turística y que este portafolio de productos y atractivos otorga más opciones al turista, y amplía el conocimiento de la cultura <i>Nahuat-Pipil</i> .
Mayor conocimiento del perfil del turista cultural, mejoraría la dinámica y calidad de la oferta.	Los actores del <i>sector productivo ofertante</i> opinan, que a mayor conocimiento del turista cultural se desarrolla mejor el mercado turístico del municipio, lo dicen el 100% de los entrevistados.
¿Qué experiencia le da a Nahuizalco la actividad turística <i>La Ruta de Las Flores</i> ?	Un 63% argumenta que ayuda a promocionarse, incremento y mejora los ingresos económicos; un 26% manifiesta que atrae turistas y se mejoran las ventas. Un 8% comenta que se mejoran los municipios, reviviendo su cultura. Es de mencionar que un 3% considera que no es favorable, ya que la forma en que se hace el programa de Pueblos Vivos roba la identidad de los pueblos.
¿Cuál es la principal <i>fortaleza</i> y <i>debilidad</i> de la actividad turística <i>Náhuat-Pipil</i> de Nahuizalco?	Fortalezas: 31% manifiesta que son fuertes en la gastronomía del mercadito nocturno, un 29% manifiesta que es la cultura <i>Náhuat-Pipil</i> , la artesanía local con un 20%. La gente trabajadora con un 11%; un 9% reconoce la plaza.
	Debilidades: 40% reconoce que es la <i>delincuencia</i> , un 23% argumenta que un factor visible al visitar el lugar de día, es que el turismo es desaprovechado; un 20% no ven debilidades, la falta de hostales lo enuncia un 8% y la falta de actividades culturales y mala atención con un 6% y 3% respectivamente.
¿Qué le falta a Nahuizalco para fortalecer su Sistema Turístico Cultural y ser competitivo?	Un 32% menciona que le falta: parqueo suficiente, la existencia de restaurantes, hostales y servicios básicos; un 20% manifiesta que es necesario un ordenamiento en sectores para que se desarrolle de mejor forma el turismo, un 17% comenta que falta reactivar eventos culturales; con un 14% de forma respectiva consideran la promoción y mayor inversión en infraestructura.

Fuente: Elaboración propia.



Anexo G. Líneas estratégicas (LE) del CCM de Nahuizalco

El Comité de Competitividad Municipal de Nahuizalco (CCM)¹, es responsable de la tarea de *coordinar y gestionar el funcionamiento* de las líneas estratégicas (*políticas, programas y acciones*) dirigidas al desarrollo municipal, esta se describen a continuación:

Líneas estratégicas (LE) del CCM de Nahuizalco²

LE 1: Fomento de organización empresarial y alianzas entre el Gobierno Local y Sectores Público-Privado.

- Gestionar el desarrollo de capacitaciones, talleres, asistencias para fortalecer el CCM, entre ellas: Organización/Reestructuración del CCM; Trabajo en Equipo; Plan de Comunicación (*Interna y Externa*) (*Boletín informativo, Reunión bimensual con Concejo Municipal, que exista comunicación con municipalidad y otras entidades locales sobre eventos que se promueven en el municipio*); Gestión de Conflictos; Gestión de Recursos.
- Identificar e integrar a otros empresarios/as y otros productores/as líderes del municipio al CCM con el afán de robustecer su funcionamiento.
- Velar por la integración/fusión de otras estructuras organizadas del municipio (Comité de Prevención).
- Articular el trabajo con instituciones que apoyan al sector empresarial en función de necesidades y oportunidades que identifiquen los actores organizados con apoyo de EMPRE.

LE 2: Fortalecimiento de la actividad turística del municipio.

- Dar seguimiento al registro y gestión de la Marca Municipio/Elaboración de Manual.
- Gestionar la instalación de un kiosco informativo.
- Seguimiento al mantenimiento de la modernización del centro urbano: mejorar servicio de baños públicos, jardinería, reparación de calles y aceras, mantenimiento a las señales viales instaladas y gestionar señalización turística en área rural, entre otros.
- Socializar a mayor escala las dos rutas turísticas diseñadas.
- Desarrollo de Grandes Eventos Turísticos: Semana Santa; Día de la Siembra; Fiestas Patronales; Natividad de la Virgen de las Mercedes y día de los farolitos nahuizalqueños; Cofradía de la Virgen del Rosario (Octubre); Día de Los Canchules; Mercadito nocturno con velas.
- Realizar intercambios con otros municipios.

FOMENTO DE TURISMO HISTÓRICO, CULTURAL Y RECREATIVO

1. Elaboración de Plan de Promoción Turística a) Crear una marca de municipio. b) Dar a conocer los distintos atractivos (*recursos naturales, culturales, históricos, costumbres y productos*) que ya tiene a disposición el municipio para turistas y visitantes, a través de herramientas de comunicación (*brochures, panfletos, volantes, cartelera informativa permanente, otros.*) c) Elaboración de mapas turísticos d) Señalización turística que oriente a los/as visitantes y turistas hacia los diversos atractivos del municipio
2. Proyecto de modernización del Centro Urbano (ordenamiento vehicular, sistema de limpieza municipal turística, Mercado y Tiangué)
3. Relanzamiento del mercado nocturno con velas

¹ Unidad Estratégica conformada principalmente por miembros de la Alcaldía Municipal y sector privado, se rigen por su reglamentación interna y son responsables de la *coordinación y gestión* de las líneas estratégicas.

² Las Líneas Estratégicas (LE) fueron proporcionadas por el CCM de Nahuizalco, por ser un documento oficial de la municipalidad; estas se presentan en su versión y formato original (solamente en sus acciones generales)



4. Desarrollo de tardes culturales, montaje de ferias y otras actividades en donde se ofrezcan productos locales (agropecuarios, artesanales, alimentos típicos)
5. Proyecto para el diseño y habilitación de nuevas rutas turísticas, incluyendo organizar empresas turísticas que manejen caminatas a las zonas turísticas naturales disponibles.
6. Rescate y conservación de tradiciones religiosas e históricas acaecidas en el municipio
7. Fortalecer el Comité de Turismo del municipio
8. Reglamentación para el Desarrollo de actividades turísticas

LE 3: Desarrollo productivo en el municipio.

- Realizar un Censo/Inventario de las iniciativas económicas de Nahuizalco con apoyo de la Academia (USO, ESFE, CDMYPE, ADEL SONSONATE), municipalidad y otras instituciones.
- Proyecto de fortalecimiento de la gestión empresarial y de capacidades técnicas y para sector empresarial y productivo de Nahuizalco a través del EMPRE.
- Promover la gestión de calidad en la elaboración de productos y servicios que ofrecen empresarios/as y productores/as de Nahuizalco.
- Fomentar el desarrollo y/o participación en espacios que permitan mejorar la venta de productos y servicios que se producen en el municipio (ferias, festivales, ruedas de negocio, etc.)

LE 4: Formación del Recurso Humano e inserción laboral.

- Coordinación de acciones con distintas unidades de municipalidad que atienden el tema (Unidad de la Mujer, Proyección Social, Centro de Formación Vocacional, EMPRE).
- Gestionar el diseño de un Proyecto de formación.
- Gestión con cooperantes o instituciones para la ejecución de las actividades formativas (tales como AGAPE, ESFE, CEDART, entre otras).
- Establecer perfiles de participantes por área a desarrollar, realizar promoción de actividades formativas, proceso de selección y hacerles saber el compromiso que adquieren al ser formados/as.
- Desarrollo de los talleres de formación.

LE 5: Seguridad y Ordenamiento de la Ciudad

- Promoción permanente de cultura de paz en el municipio en trabajo conjunto con el CSPV en Nahuizalco.
- Coordinación entre PNC, CAM, DM6 para establecer Plan de acciones conjuntas para atender la seguridad ciudadana y de visitantes/turistas.
- Socializar la ordenanza contravencional.
- Seguimiento a Proyecto de ornato y limpieza: Limpieza de rótulos; pinturas de murales y postes; Equipamiento en la ciudad con depósitos de basura (zona urbana y rural); Señalización y nomenclatura de principales calles y vías alternas (urbano y rural); Gestión de espacios para habilitar zona de parqueo; Seguimiento al servicio que se ofrece a través de los sanitarios públicos; Iluminación de calles y accesos tanto internos como rurales.
- Campañas de orientación a la población sobre el manejo adecuado de desechos sólidos y reciclaje.

LE 6: Fortalecimiento de capacidades del Gobierno Local para el ejercicio de su competitividad.

- Seguimiento/apoyo por CCM y municipalidad para la permanencia de la unidad EMPRE que apoya al desarrollo del tejido empresarial.
- Seguimiento a la operatividad de la Ventanilla de Atención Empresarial.
- Gestionar la Capacitación al personal de municipalidad para que desarrolle habilidades que permitan mejorar la competitividad.
- Seguimiento a implementación de mecanismos de transparencia (*sitio web, Rendiciones de Cuenta, etc.*).
- Seguimiento a la evolución del Índice de Competitividad Municipal.



Anexo H. Respuestas o refutaciones a las hipótesis formuladas en la consultoría

Las hipótesis formuladas surgen sobre la base de antecedentes empíricos, teóricos-metodológicos y de la inmersión inicial en el campo de la práctica turística de Nahuizalco, previendo los métodos, técnicas e instrumentos que permitan captar información válida y confiable; estas hipótesis son de naturaleza inductiva¹, y de tipo Analítica (*relacional-causal-secuencial*): *relacionales*: ya que se refiere a dos o más variables. (Ver tabla siguiente)

<i>Respuestas o refutaciones a las hipótesis formuladas en la consultoría</i>	
Hipótesis de la investigación	Resultado de Diagnóstico
H₀. <i>Un documento de consultoría como propuesta sobre fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, permitirá rescatar y dinamizar el turismo cultural de forma competitiva y sostenible; que logren el desarrollo territorial, económico y social, que mejoren la calidad de vida de los habitantes.</i>	<i>La radiografía realizada al interior del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, se evidencia con los resultados analizados y la investigación de campo: no se cuenta con análisis de perfil de la demanda turística, la cultura no es un recurso complementario del turismo, se deben aprovechar las ventajas competitivas y diferenciadoras, la creación de productos turísticos, mejorar la calidad de la oferta, confeccionar un inventario turístico, mayor cooperación y colaboración de sus actores, la existencia de un mercado de turismo genérico, ausencia de políticas de turismo cultural, entre otras realidades.</i>
Hipótesis particulares	
H₁. <i>A mayor conocimiento del perfil del turista cultural Náhuat-Pipil, mayor será la dinámica de la oferta turística de Nahuizalco.</i>	Respuesta: <i>el sector productivo ofertante opina, que a mayor conocimiento del turista cultural se desarrolla mejor el mercado turístico del municipio, lo dicen el 100% de los entrevistados. Entrevistas UPO.</i>
H₂. <i>Un mayor aprovechamiento del Sistema Turístico Cultural de Nahuizalco, provoca una mayor ventaja diferenciadora..</i>	Respuesta: <i>el 100% de los miembros del CDT opinan que Nahuizalco es considerado un destino turístico atractivo por su cultura.</i>
H₃. <i>Un levantamiento de inventario turístico cultural, ayudaría en la ampliación y diversificación de la oferta de los productos.</i>	Análisis: <i>de los 35 entrevistados, el 100% reconoce que realizar un inventario de los principales productos y atractivos culturales, diversificará la oferta turística de Nahuizalco. Entrevista UPO</i>
H₄. <i>Un fortalecimiento del Sistema Turístico de Nahuizalco, lograría mayor afluencia turística en el marco de la Ruta de Las Flores.</i>	<i>Un 63% de los entrevistados UPO dicen, que Pueblos Vivos les ayuda para promocionarse. 32% de los miembros del CDT perciben que apoyan con aspectos promocionales. los miembros del CCM perciben que la experiencia de Pueblos Vivos y Ruta de Las Flores en la práctica turística de Nahuizalco es la siguiente: un 34% consideran positiva</i>

Fuente: Elaboración propia

¹ Las hipótesis en la investigación cualitativa no confirman para la población objeto de estudio, ni se estará en posibilidad de hacer predicciones a nivel probabilístico o de tendencias, para otras situaciones similares. En el enfoque *cualitativo*, las hipótesis más que para probarse, sirven para incrementar el conocimiento de un evento, un contexto o una situación. Su simple generación ayuda a dar mayor sentido de entendimiento.

GLOSARIO BÁSICO EN TURISMO CULTURAL

GLOSARIO BÁSICO EN TURISMO CULTURAL

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. Esta actividad que comienza en el siglo XVIII nace ligado a la cultura; pero no es posible comparar aquellos viajes con el fenómeno que nace a partir de la segunda mitad del siglo XX, donde el turismo se convierte en una actividad singular que terminará caracterizando a las sociedades del siglo XXI.

Esta investigación orienta su estudio al *Turismo Cultural*, que la OMT la define como:

Movimientos de las personas por motivaciones esencialmente culturales como los viajes de estudio, los viajes por motivos de índole artística tales como: circuitos de eventos culturales y de artes, viajes a festivales, visitas a monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el folclore o el arte, así como peregrinaciones y otros eventos culturales.

Esta tipología de turismo ampliamente compleja, enfrenta una dificultad inicial: delimitar de forma concreta los conceptos *cultura* y *turismo*; concepciones que por separado y no se diga de forma conjunta; han suscitado un debate extenso y profundo que no existe una única definición como punto de partida. Además, por su propia naturaleza esta práctica turística advierte una serie de *criterios, miradas, opiniones y puntos de vista coincidentes y confrontados*. Por ello esta consultoría, considera de necesaria importancia para la mejor comprensión del *Marco Conceptual Teórico*, construir un **Glosario** que atesore un conjunto de conceptos, definiciones, nociones y concepciones (*claves y básicos*) que favorezcan la visión de esta fascinante actividad turística cultural.

Los Consultores

La construcción de este glosario en turismo, descansa en las fuentes bibliográficas:

- Glosario Básico de la OMT. Cfr: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>
- Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A.
- Marco Teórico Conceptual en Turismo Cultural *Náhuat-Pipil (Autoría de los Consultores)*
- Ley de Cultura. D.L. N° 442, Diario Oficial. N° 159, Tomo 412, El Salvador, 30 agosto 2016
- Ley de Turismo. D.L. N° 899, Diario Oficial. N° 237, Tomo 369, El Salvador, 20 diciembre de 2005.

Glosario Básico en Turismo Cultural

ANÁLISIS ECONÓMICO

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y *más allá de los mismos*), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre **la contribución económica del turismo** que se refiere al efecto directo del turismo, y el **impacto económico del turismo** de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos. La finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es estimar los beneficios económicos, a saber, el incremento neto de la riqueza de los residentes dimanante del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad. (*Glosario Básico OMT*)

ARTESANÍA (*enfoque multidimensional*)

El producto artesano es el resultado de un proceso de producción fundamentalmente manual; desde una perspectiva antropológica, es un modo de producción tradicional que le proporciona las técnicas, los útiles y los diseños y configura una actividad que no ha sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo; desde una óptica cultural, se funde con el concepto de “*arte popular*”, transmitido en muchas ocasiones de forma oral de generación en generación. (*Vid. Supra pág.74 de Marco Teórico Conceptual*)

ATRACTIVO TURÍSTICO

Son los encargados de generar atracción al turista hacia el lugar de destino y no otro; están compuestos tanto por elementos naturales (*la topografía, la flora, la fauna, el clima o el paisaje*), como por elementos creados y gestionado por la naturaleza humana (*manifestaciones culturales locales*). *Acerenza (2006: como se cita en Pulido Fernández, et al. 2013. p.172)*. Estos mismos autores, clasifica las atracciones de un destino en cuatro categorías:

- 1) *Atracciones naturales* (playas, ríos, montañas, selvas, otros.),
- 2) *Atracciones históricas* (castillos, ruinas, edificaciones con perspectiva del pasado),
- 3) *Atracciones culturales* (museos, festivales, folclore, artesanía, otros.) y
- 4) *Atracciones artificiales* (parques temáticos, parques acuáticos, campos de golf, etc.).

ATRIBUTO TURÍSTICO CULTURAL

Contacto con los patrimonios artísticos, arqueológicos, literarios, religiosos, ideológicos, folclóricos y demás formas expresivas de la humanidad, de este intercambio cultural surgen nuevas formas artísticas y nuevas manifestaciones de la creatividad humana. (*Vid. Supra pág.30 de Marco Teórico Conceptual*)

CABOTAJE

Servicios de transporte aéreo o marítimo proporcionados dentro del territorio nacional para fines turísticos. (*Lit. i) Art. 2 Ley de Turismo*)

CASAS DE LA CULTURA

Se configuran como un espacio abierto al público desde donde se genera y promueve, a nivel local y regional, el fomento de expresiones y prácticas *artísticas-culturales* comprometidas con el fortalecimiento de la identidad cultural, mediante procesos participativos que buscan el fortalecimiento de la creatividad e identidad nacional. Asimismo, se consideran espacios de encuentro para los y escritoras locales y de difusión de sus obras. Las Casas de la Cultura podrán coordinar esfuerzos con los gobiernos locales para la organización y realización de eventos culturales y artísticos. (*Art. 89 Ley de Cultura*)

CENTROS MUNICIPALES DE ESTUDIOS CULTURALES (CMEC)

Un centro de estudios culturales, a fin de enriquecer los conocimientos sobre la historia, la vida económica, social, cultural y artística del municipio, los que podrán coordinarse con las diferentes organizaciones y pueblos indígenas, para desarrollar proyectos de recuperación y sistematización de la historia, estas unidades contarán con el apoyo de la Casa de la Cultura. (*Art. 49 Ley de Cultura*)

CIRCUITO TURÍSTICO

Un recorrido turístico que se origina y termina en el mismo lugar, transitando por varios puntos de interés que solo se visitan una vez durante el viaje. Es un pilar fundamental de la producción turística, una ruta organizada y especializada, con un conjunto de vías y visitas que se enlazan, constituyendo un itinerario cerrado, que se inicia y termina en idéntico lugar. (*Vid. Supra pág.67 de Marco Teórico Conceptual*)

COMUNIDAD

Población local que habita en esencia en el lugar de destino, se incentiva mediante las experiencias culturales que ofrece en el consenso de interactuar con turistas, En necesario empoderarla para que promueva su organización y la gestión de sus propios recursos, vueltos productos turísticos. (*Vid. Supra pág.206 de Propuesta*)

CULTURA

El conjunto de valores y creencias que dan forma, orientan y motivan el comportamiento de las personas; y que comprende procesos de producción, reproducción e intercambios simbólicos; cuya génesis reside en la dimensión humana creadora de sentido que se expresa en realidades tangibles e intangibles. (*Lit. a) Art. 3 Ley de Cultura*)

CULTURA (ENFOQUE COGNITIVO)

La cultura es el conocimiento acumulado o el conjunto de conocimientos y recursos intelectuales que se acumulan mediante un proceso determinado de aprendizaje. Es decir, la cultura sería los saberes que debe dominar un ciudadano culto. Este conjunto de saberes hace más ricas a las sociedades. (*Vid. Supra pág.38 Marco Teórico*)

CULTURA (ENFOQUE EXPRESIVO)

Es la suma de las prácticas o expresiones que el ser humano ha desarrollado en su proceso de adaptación y creación de su medio vital: *el lenguaje, el arte, el derecho, la historia, la política, otros*. Por tanto, la suma de las expresiones que superan los procesos meramente biológicos. (*Vid. Supra pág.38 Marco Teórico Conceptual*)

CULTURA (ENFOQUE INTERPRETATIVO)

La capacidad que tienen las diferentes sociedades de dotar de significado o valor a las prácticas o expresiones anteriores. (*Vid. Supra pág.38 de Marco Teórico Conceptual*)

CULTURA NÁHUAT-PIPIIL

Al conjunto de valores, orgullos, creencias, tradiciones, costumbres, procesos de producción, reproducción e intercambios simbólicos de origen indígena *Náhuat-Pipil* que: dan forma, orientan y motivan el comportamiento de los habitantes de Nahuizalco; que le distingue de otros municipios y que se expresa en realidades tangibles (belleza poblacional, infraestructura arqueológica, vestimenta de sus pobladores, música cultural y danzas, cultivo de la tierra, comercialización de hortalizas y vegetales...) e intangibles (dinámica de vida, artesanías de fibras naturales, utensilios artesanales, comida indígena, visión cosmológica y rituales, comportamientos espirituales, tradiciones religiosas, leyendas, cuentos, lenguaje, el calor humano de su gente laboriosa...); que en conjunto conforman un sentimiento de pertenencia. (*Vid. Supra pág.2 ANEXO 2 de esta Consultoría*)

DESTINO (DESTINO PRINCIPAL) DE UN VIAJE

El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. Ver también *motivo principal de un viaje turístico*. (*Glosario Básico OMT*)

Según la forma y capacidad de presentarse al público los destinos se clasifican en:

- **Destino contenedor:** el posicionamiento en el mercado se basa exclusivamente en el aprovechamiento de ventajas comparativas con un tremendo atractivo para la demanda. No necesitan de una política activa de promoción o innovación de su oferta turística; les basta con ofrecer sus recursos.
- **Destino producto:** se orientan a satisfacer las necesidades del turista que reciben, ofreciéndole una amplia gama de actividades. Ello requiere de un planteamiento proactivo de gestión del destino, un nivel de conocimiento de la demanda (*real y potencial*) y de creatividad. **Criterio que propone Ejarque (2005: citado en Pulido Fernández, et al. 2013:p.193).** (*Vid. Supra pág.69 Marco Teórico Conceptual*)

DESTINO (OMT)

Es el lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico. Área geográfica que sustenta la experiencia turística y constituye el ámbito territorial donde los impactos del turismo se dejan sentir con mayor intensidad. (*Glosario Básico OMT*)

DIVERSIDAD CULTURAL

La multiplicidad de formas que adquiere la cultura a través del tiempo y del espacio, que se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan a las sociedades. (*Lit. f) Art. 3 Ley de Cultura*).

ECOSISTEMA TURÍSTICO CULTURAL

Un sistema abierto que favorece la interconexión e interrelación de los múltiples actores implicados en el desarrollo turístico de cualquier territorio especializado en turismo cultural. (*Vid. Supra pág.75 Marco Teórico*)

EMPLEO EN LAS INDUSTRIAS TURÍSTICAS

Puede medirse como un recuento de personas: empleadas en cualquiera de sus empleos, desempeñan su empleo principal o equivalente a tiempo completo, o empleos en las industrias turísticas. (*Glosario Básico OMT*)

EMPRESAS TURÍSTICAS

Las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de información, transporte, alojamiento, alimentación y recreación. (*Lit. g) Art. 2 Ley de Turismo*)

ENTORNO HABITUAL

Concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica (*aunque no necesariamente contigua*) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales. (*Glosario Básico OMT*)

ETNOGRAFÍA

Es una de las herramientas investigativas como una rama de la *antropología social o cultural*. Sus datos recopilados consisten en la descripción densa y detallada de costumbres, creencias, mitos, genealogías, historia, lenguaje, otros. Por ello la etnografía emplea el método cualitativo de investigación. Hay una distinción entre *etnografía* y *etnología*, la primera realiza un estudio de campo de la cultura, mientras la segunda realiza comparaciones culturales entre pueblos. (*Vid. Supra pág.43 Marco Teórico*)

EVENTO CULTURAL

Una experiencia, única e irrepetible, que tiene la capacidad de crear un tiempo y espacios vivos para la relación humana con el fin de transmitir múltiples temáticas y dimensiones, su común denominador estriba en su carácter diferenciado respecto a la programación cultural de carácter permanente. (*Vid. Supra pág.64 Marco Teórico*)

EXCURSIONES DE DÍA

Derivan flujos de visitantes desde los grandes focos de atracción del turismo hacia su entorno más próximo, a través del amplio catálogo de ofertas que organizan los propios operadores turísticos y el empresariado local, aprovechando el foco central de llegada de turistas, se perfila la estructura de un sistema de excursiones que, mediante la inserción de diferentes recursos localizados en zonas próximas, aprovechan la estancia del turista para complementar su experiencia. Estas excursiones pueden basarse en la integración de elementos culturales en los productos turísticos tradicionales. (*Vid. Supra pág.67 Marco Teórico Conceptual*)

EXCURSIONISTA (O VISITANTE DEL DÍA)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. (*Glosario Básico OMT*)

EXPERIENCIA DEL CONSUMO TURÍSTICO

Trata de que el turista perciba que un producto turístico es capaz de ofrecerle nuevas y enriquecedoras experiencias y emociones y, en consecuencia, quede satisfecho. El turismo, además de una actividad económica, está conformado por un conjunto de experiencias humanas que muchos disfrutan, esperan con ilusión o recuerdan como algunos de los momentos más importantes de su vida. (*Vid. Supra pág.68 Marco Teórico Conceptual*)

FORMAS DE TURISMO

Existen tres formas fundamentales de turismo: *el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor*. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: *turismo interior, turismo nacional y turismo internacional*. (*Glosario Básico OMT*)

GASTO TURÍSTICO

Hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. (*Glosario Básico OMT*)

GRUPO DE VIAJE

Visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo. (*Glosario Básico OMT*)

IDENTIDAD CULTURAL

Está vinculada al proceso histórico de creación, selección y asignación simbólica de significados a determinadas tradiciones, costumbres, experiencias o hitos culturales. Esta asignación simbólica es históricamente asumida por individuos y colectividades configurando los sentidos de pertenencia que denominamos identidad cultural. (*Lit. g Art. 3 Ley de Cultura*)

INDUSTRIA CULTURAL (UNESCO 1982)

Un sector que conjuga la creación, la producción y la comercialización de bienes y servicios, en los cuales la particularidad reside en la inteligibilidad de sus contenidos de carácter cultural. (*Vid. Supra pág.79 Marco Teórico*)

INDUSTRIA TURÍSTICA

Conjunto de negocios y organizaciones involucrados en la provisión del producto turístico, engloba a múltiples sectores en el ámbito del turismo cultural. *Leiper (1990: citado en Pulido Fernández, et al. 2013)*

INDUSTRIAS TURÍSTICAS

Conocidas como actividades turísticas, son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo, estos cumplen uno o ambos de los siguientes criterios: (*Glosario Básico OMT*)

- (a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda).

- (b) El gasto turístico en el producto deberían representar una parte importante de la **oferta del producto en la economía** (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes.

<i>Productos Característicos del Turismo</i>	<i>Industrias Turísticas</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de alojamiento para visitantes • Servicios de transporte aéreo de pasajeros • Servicios culturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento para visitantes • Transporte aéreo de pasajeros • Actividades culturales

Ejemplos de categorías de *productos característicos del turismo* y de sus industrias

INDUSTRIA Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Actividades que realizan los productores de bienes de consumo para turistas y los prestadores de servicios para la actividad turística, así como instituciones públicas y privadas relacionadas con la promoción y desarrollo del turismo en El Salvador. (*Lit. c) Art. 2 Ley de Turismo*).

LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL

Es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de su vivienda principal. (*Glosario Básico OMT*)

MARCA PAÍS

Es la apuesta de país para posicionar su imagen, tanto en el mundo de los negocios como en el turismo. Es una herramienta que permitirá destacar como un país con atractivo turístico. Su diferencial reside en cinco valores: *sostenibilidad, excelencia, origen, progreso social e innovación*, por ello será de carácter integral promoviendo y posicionando *inversiones, exportaciones y turismo*. (*Vid. Supra pág.5-6 ANEXO 18 de esta Consultoría*)

MERCADO TURÍSTICO CULTURAL

Es el mecanismo que asegura que se articule la relación entre oferta y demanda, a través del intercambio de bienes y servicios turísticos, y se determinen sus precios. (*Vid. Supra pág.81 Marco Teórico Conceptual*)

MODELO DE FORTALECIMIENTO DE TURISMO CULTURAL SOSTENIBLE

Para la concepción de un fortalecimiento turístico-cultural sostenible, se debe partir de una propuesta que promueva una simbiosis estratégica para generar sinergias conjuntas entre la cultura, el turismo y la comunidad. (*Vid. Supra pág.202 Propuesta de Consultoría*)

MOTIVO (PRINCIPAL) DE UN VIAJE TURÍSTICO

Se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (*visitantes de negocios, visitantes en tránsito, otros.*) (*Glosario Básico OMT*)

OFERTA DE TURISMO CULTURAL

Está constituida por el conjunto de recursos, prestaciones y servicios capaces de motivar al viajero a iniciar una experiencia turística y a adquirir una serie de servicios. (*Vid. Supra pág.66 Marco Teórico Conceptual*)

OFERTA TURÍSTICA

Es un producto global que incorpora todos aquellos elementos que son capaces de satisfacer las necesidades del turista y que no se limita a la oferta turística tradicional, sino que se identifica con todos los elementos que inciden en la experiencia turística. **Mochón (2004: cita en Pulido Fernández, et al. 2013. p.174)**

PAÍS DE RESIDENCIA

El país de residencia de un hogar se determina de conformidad con el centro de interés económico predominante de sus miembros. Si una persona reside (*o pretende residir*) durante más de un año en un país determinado en el que tiene su centro de interés económico (p.ej., en el que pasa la mayor parte del tiempo), se considera que esta persona es residente en este país. (*Glosario Básico OMT*)

PAQUETE TURÍSTICO

Un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta. (*Pulido Fernández, et al. 2013. p.174*)

PATRIMONIO CULTURAL

El patrimonio en sí mismo no es un equipamiento cultural, ni un servicio, ni una oferta, sino que es un recurso susceptible de convertirse en un producto para el consumo cultural. (*Vid. Supra pág.65 Marco Teórico*)

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL (UNESCO)

Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas; junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes; que las comunidades, y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. (*Vid. Supra pág.72-73 Marco Teórico Conceptual*)

PLAN OPERATIVO ANUAL DE CULTURA DE LOS MUNICIPIOS (POAC)

Conjunto de programas y proyectos culturales que el gobierno local apruebe en cada año, los cuales serán formulados y propuestos para su aprobación y evaluados participativamente por los departamentos o unidades municipales de cultura. (*Art. 41 Ley de Cultura*)

POLÍTICA MUNICIPAL DE CULTURA

Toma como base los lineamientos establecidos en la *Política Nacional de Cultura*, para la emisión de su Política Municipal de Cultura, de acuerdo a las características culturales de cada municipio. (*Art. 39 Ley de Cultura*).

POLÍTICA NACIONAL DE CULTURA

Es el conjunto de objetivos y directrices de naturaleza pública, que tienen por finalidad garantizar a la persona el pleno goce de los derechos culturales. La que establecerá las directrices para la acción y coordinación de las estrategias culturales del Estado, y su implementación será a través de la formulación, ejecución, evaluación y seguimiento de programas, planes y proyectos. (*Art. 23 Ley de Cultura*).

POLÍTICA TURÍSTICA

Es el conjunto de acciones que impulsan los gobiernos en ámbito de su competencia con la intención de mejorar el turismo en un destino determinado. Se trata de un conjunto de decisiones y actuaciones con vocación integral cuyo objetivo general sea enfrentar retos de los destinos, actores y productos. (*Vid. Supra pág.85 Marco Teórico*)

PRODUCTO TURÍSTICO

Todo aquello que pueda ser posicionado en un mercado, para ser consumido, usado o visto, a fin de satisfacer una necesidad. En el caso del turismo cultural, los turistas visitan los lugares o destinos culturales no por el bien físico en concreto, sino por una serie de experiencias culturales o emocionales que esperan vivir. Esta enunciación no debe confundirse oferta turística. La diferencia entre presentar un producto y crear una oferta es el hecho de añadir precio. (*Vogeler y Hernández, 2000: citado en Pulido Fernández, et al. 2013. p.173*)

PROSUMIDOR (PROSUMER)

Personas con capacidad para crear bienes, servicios o experiencias para su propio uso, sin ningún afán de lucro o interés comercial. El consumidor se incorpora en los procesos de producción y distribución. Término acuñado por Alvin Toffler (1980: citado en Pulido Fernández, et al. 2013:253) (*Vid. Supra pág.84 Marco Teórico*)

PROYECTO DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

Plan Maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, calificado en el Ramo de Turismo, en virtud de su interés y contexto recreativo, cultural o ecológico. (*Lit. e) Art. 2 Ley de Turismo*).

PUEBLOS VIVOS

Es una estrategia de turismo nacional, una modalidad de hacer turismo interno, estableciendo un vínculo de cultura, medio ambiente y gastronomía con su propia gente. Este programa orienta en un valor turístico: la identidad, historia, cultura, tradiciones, gastronomía de los pueblos salvadoreños; fomentando la participación ciudadana y el apoyo a la mediana y pequeña empresa, como parte de la proyección económica local. (*Vid. Supra pág.3 ANEXO 18 de esta Consultoría*)

RECURSO CULTURAL

Cualquier lugar, estructura, pieza o acontecimiento cuya contemplación incrementa la percepción que el visitante tiene acerca de los orígenes, conductas, gustos y costumbres de la región que se visita. (*Pulido Fernández, et al. 2013. p.175*)

RECURSO TURÍSTICO

Todo elemento natural, toda actividad o producto de la actividad humana que pueda originar un desplazamiento desinteresado que tenga como móvil una curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual por parte del individuo. **Miguelsanz** (*Citado en Pulido Fernández, et al. 2013. p.173*)

RECURSOS CULTURALES

Están conformados por aquellos elementos o manifestaciones que presentan valor o interés para la comunidad local. En otros términos, satisfacen alguna de sus necesidades y, por lo tanto, soportan buena parte de los consumos culturales de la población residente. De forma paralela, una parte de estos recursos constituye la base sobre la que se construye el turismo cultural, el conjunto de consumos culturales realizados por turistas y excursionistas. (*Vid. Supra pág.60 Marco Teórico Conceptual*)

RECURSOS TURÍSTICOS NACIONALES

Todos los recursos y sitios recreativos, arqueológicos, *culturales* y naturales que se encuentran dentro del país y que son considerados o desarrollados como atractivos turísticos. (*Lit. b) Art. 2 Ley de Turismo*)

RUTA TURÍSTICA

Itinerario cultural que agrupan lugares, monumentos, museos, otros; con un denominador común. La creación de rutas promueve la cooperación, abarata la gestión, permite una promoción e información unificada y se comercializa mejor. Son también un buen pretexto para impulsar la ordenación de los territorios: construcción de carreteras, recuperación de paisajes, limpieza de los ríos, señalización, otros. (*Vid. Supra pág.67 Marco Teórico*)

SECTOR DEL TURISMO

Es el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Estas industrias se denominan *las industrias turísticas* debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de éstos, dicha producción se vería reducida de manera significativa. (*Glosario Básico OMT*)

SENTIDO DE PERTENENCIA

Es un vínculo de orden subjetivo, afectivo y emocional que los seres humanos establecen con un espacio social simbólico significativo que puede ser el lugar de nacimiento, de infancia, de educación, trabajo, lucha u otro, en el cual los sujetos identifican la fuente de sus valores, costumbres y prácticas que ellos consideran la matriz de su cultura. La identidad cultural y el sentido de pertenencia no son estáticos y se reinventan con el tiempo y con los cambios de inserción en otros espacios sociales y geográficos. (*Lit. g) Art. 3 Ley de Cultura*).

SISTEMA (Criterio en la definición de Turismo)

La idea de sistema tiene una gran capacidad metafórica y permite centrarse tanto en los elementos específicos que lo conforman, como en las dinámicas de relación entre ellos. La idea de sistema turístico dirige la atención a las dinámicas y relaciones que vinculan a turistas, empresas, actores públicos y sociedad civil cuando se trata de atraer y hospedar a visitantes en un espacio determinado. (*Vid. Supra pág.37 Marco Teórico Conceptual*)

SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL

La suma de las relaciones e interacciones que se producen entre cualquier *actor*, *actividad* o cualquier *producto* en un momento y espacio determinado, con el fin de atraer, acoger y proveer de actividades a ciudadanos ocasionales. (*Vid. Supra pág.46 Marco Teórico Conceptual*)

SISTEMA TURÍSTICO CULTURAL (Definición de esta consultoría)

Es el conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos y agentes sociales, con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a los turistas; disfrutar de manifestaciones culturales, artísticas y patrimoniales; en un entorno y una sociedad distinto al habitual. (*Vid. Supra pág.42 Marco Teórico*)

TURISMO (Definición más citada por la OMT 2013)

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales, de negocios o profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo relaciona sus actividades. (*Vid. Supra pág.37 Marco Teórico*)

TURISMO (Su propósito más elevado)

El propósito más elevado del turismo es conocer mejor a la gente de otros lugares y países, ya que esto promueve la comprensión y el aprecio para construir un mundo mejor para todos. (*Vid. Supra pág.29 Marco Teórico*)

TURISMO CULTURAL (OMT y UNESCO 1985)

Todo desplazamiento turístico, ya que cualquier tipo de turismo contribuye a satisfacer la necesidad humana y tienden a aumentar el nivel cultural del individuo y a ocasionar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros. (*Vid. Supra pág.40 de este Marco Teórico*)

TURISMO O ACTIVIDAD TURÍSTICA

Las actividades que realizan las personas durante sus viajes En lugares distintos a los de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de recreación o descanso. (*Lit. a) Art. 2 Ley de Turismo*).

TURISTA

Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística. (*Lit. d) Art. 2 Ley de Turismo*).

TURISTA (VISITANTE QUE PERNOCTA)

Un visitante (*interno, receptor o emisor*) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación. (*Glosario Básico OMT*)

TURISMO CULTURAL (*criterio de esta consultoría*)

Conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos y agentes sociales con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a otros ciudadanos tener contacto con una sociedad distinta a la de su entorno habitual. (*Vid. Supra pág.42 Marco Teórico Conceptual*)

TURISMO CULTURAL (*Definición conceptual*)

Association for Tourism and Leisure Education ATLAS:1991

El desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales. (*Vid. Supra pág.40 Marco Teórico Conceptual*).

TURISMO CULTURAL (*Definición restrictiva como Política Turística*)

Es el conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a los turistas disfrutar de manifestaciones culturales, artísticas y patrimoniales en un entorno distinto al habitual. Y existirían políticas, estrategias y acciones específicamente diseñadas para ese fin. (*Vid. Supra pág.86 Marco Teórico Conceptual*)

TURISMO CULTURAL (*Definición técnica*)

Association for Tourism and Leisure Education ATLAS:1991

Cualquier movimiento de personas hacia atracciones culturales, como sitio de patrimonio, manifestaciones artísticas y culturales, fuera de su lugar habitual de residencia. (*Vid. Supra pág.40 Marco Teórico*)

TURISMO CULTURAL (*OMT 1995 perspectiva amplia*)

Todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar *el nivel cultural* del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros. (*Vid. Supra pág.1 ANEXO 5 de esta Consultoría*)

TURISMO CULTURAL (*OMT perspectiva nuevo milenio*)

Movimientos de las personas por *motivaciones esencialmente culturales* como los viajes de estudio, los viajes por motivos de índole artística tales como: *circuitos de eventos culturales y de artes, viajes a festivales, visitas a monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el folclore o el arte, así como peregrinaciones y otros eventos culturales*. (*Vid. Supra pág.1 ANEXO 5 de esta Consultoría*).

TURISMO CULTURAL ETNOGRÁFICO *NÁHUAT-PIPIIL*

Estudia la comprensión de un patrimonio histórico como herencia cultural de origen del pasado y la comprensión de una cultura viva de origen indígena que incluye el patrimonio inmaterial (*costumbres y tradiciones*) propias de Nahuizalco. Para comprender profundamente la identidad cultural *Náhuat-Pipil*. (*Vid. Supra pág.42 Marco Teórico Conceptual*)

TURISMO CULTURAL SOSTENIBLE

Implica aprovechar los recursos culturales materiales e inmateriales con el fin de respaldar la vitalidad cultural, social y económica de la comunidad local y de posibilitar un entendimiento entre las partes interesadas que permita brindar a los visitantes experiencias auténticas y atractivas. (*Vid. Supra pág.91 Marco Teórico Conceptual*)

TURISMO DE LAS CULTURAS (*ETNOGRÁFICO*)

Es el turismo cultural cuyo objetivo es la comprensión de otra cultura viva. Está directamente relacionado con una reciente ampliación del concepto de patrimonio que incluye el patrimonio inmaterial. En este caso el objeto central de interés del turista es la comprensión de otras culturas vivas, la cercanía a otras sociedades y personas que viven de manera diferente en el lugar que se visita. (*Vid. Supra pág.42 Marco Teórico Conceptual*)

TURISMO EMISOR

Abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje *turístico emisor* o de un viaje *turístico interno*. (*Glosario Básico OMT*)

TURISMO INTERIOR

Engloba el *turismo interno* y el *turismo receptor*, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales. (*Glosario OMT*)

TURISMO INTERNACIONAL

Incluye el *turismo receptor* y el *turismo emisor*, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores. (*Glosario OMT*)

TURISMO INTERNO

Incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje *turístico interno* o de un viaje *turístico emisor*. (*Glosario Básico OMT*)

TURISMO NACIONAL

Abarca el *turismo interno* y el *turismo emisor*, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores. (*Glosario OMT*)

TURISMO RECEPTOR

Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje *turístico receptor*. (*Glosario Básico OMT*)

UN PUEBLO UN PRODUCTO

Es una estrategia de desarrollo económico local que tiene su fundamento en el trabajo de las comunidades, convirtiéndolas en actores activos de la solución de sus propios problemas, a través de la innovación de sus productos. (*Vid. Supra pág.3 ANEXO 18 de esta Consultoría*)

VIAJE TURÍSTICO

Designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. *Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos*. (*Glosario OMT*)

VIAJE/TURISMO

El termino viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. El visitante es un tipo de viajero y, por lo tanto, el turismo es un subconjunto de viaje. (*Glosario Básico OMT*)

VISITA

Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “*visita turística*” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico. (*Glosario Básico OMT*)

VISITANTE

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (*ocio, negocios u otro motivo personal*) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (*interno, receptor o emisor*) se clasifica como turista (*o visitante que pernocta*), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (*o excursionista*) en caso contrario. (*Glosario Básico OMT*)

FICHA DE REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

LÓPEZ LAZO, CARLOS ERNESTO y
PERDOMO ORELLANA, ROSARIO EVELYN

Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural *Náhuat-Pipil* en el municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate. Carlos Ernesto López Lazo y Rosario Evelyn Perdomo Orellana; Director MAECE: MSc. Dimas de Jesús Ramírez Alemán. Ciudad Universitaria. San Salvador, 2018.

303 p.:

Trabajo de Graduación para optar al grado de Maestro(a) en Consultoría Empresarial (MAECE), Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador, 2018.

Incluye lista de referencias bibliográficas y pie de página.

Referencia APA.

López Lazo, C.E. & Perdomo Orellana R.E. (2018). *Consultoría para el Fortalecimiento del Sistema Turístico Cultural Náhuat-Pipil en el municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate*. (Trabajo de Graduación para optar al grado de Maestría en Consultoría Empresarial-MAECE). Universidad de El Salvador, San Salvador.

MAECE

